lax889889.com 299520.xyz

2020

中国住宿业市场网络口碑报告





liaohan.net nblax520.com

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com

lax889889.com 299520.xyz

每日免费获取报告

1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；

2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；

3、每周分享**经济学人**

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码
关注公号
回复：**研究报告**
加入“起点财经”微信群。。



liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

主　　编：陈新华　林小俊
报告撰写：宋小溪　张　翔　高　爽
李　钒　刘　丹

要获取更多信息，请联系：

中国饭店协会
地址：北京市西城区车公庄大街 9 号五栋大楼 A2 座 601
电话：010-88365873
网址：www.chinahotel.org.cn
邮箱：41629460@qq.com

北京众荟信息技术股份有限公司
地址：北京市海淀区花园路塔院志新村 2 号飞利信大厦 A 座 4 层
电话：010-82247310
网址：www.jointwisdom.cn
邮箱：scbgyyx@jointwisdom.cn

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2020
中国住宿业市场网络口碑报告





2020 年 8 月

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

Contents 目录

一、研究背景及目的………………………………………………………… 5

二、研究对象……………………………………………………………… 6

三、2019 年中国住宿业市场网络口碑概述 ……………………………… 8

1. 近 3 年，网络住宿点评量小幅下滑，消费者点评意愿有所下降 …………………8

2. 2019 年全国酒店住宿业慧评得分表现优异 …………………………………………8

3. 中高端酒店更重视消费群体的口碑管理 ……………………………………………9

4. 消费者需求更加多样化，价格敏感度下降 ………………………………………… 10

四、2019 年豪华型酒店网络口碑分析 …………………………………… 12

1. 2019 年豪华型酒店点评量继续下滑，消费者点评意愿下降 …………………… 12

2. 豪华型酒店慧评得分持续上升，2019 年再创新高 ……………………………… 12

3. 豪华型酒店备受家庭亲子型消费者青睐 ………………………………………… 13

4. 服务、餐饮将成为豪华型酒店的竞争魅力 ……………………………………… 14

5. 正餐服务备受关注；手机信号、环境噪音问题亟待解决 ……………………… 15

五、2019 年高端型酒店网络口碑分析 …………………………………… 17

1. 近 3 年高端酒店网络点评量相对较稳定 ………………………………………… 17

2. 高端型酒店慧评得分保持高幅度增速，逐渐缩小与豪华型酒店慧评得分差距 17

3. 作为高端型酒店网络点评主要来源之一的家庭亲子型消费群体表扬率最低 … 18

4. 高端型酒店六大维度表扬率有所改善，设施依然为点评“重灾区”，为酒店竞争必备属性……………………………………………………………………… 19

5. 高端型酒店消费者更加关注餐饮服务，提出了环境噪音改善诉求 …………… 20

六、2019 年中端型酒店网络口碑分析 …………………………………… 22

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

Contents

1. 近 3 年中端酒店日益重视网络点评管理 ………………………………………… 22

2. 中端型酒店慧评得分持续上涨，口碑表现优异 …………………………………… 22

3. 中端型酒店受到商务出差客户青睐 ………………………………………………… 23

4. 消费者基本需求得到满足。服务需求升级中，设施将成为竞争发力点 ……… 24

5. 停车场成为消费者选择酒店关注新内容；服务细节是酒店竞争的逐力点 …… 25

七、2019 年经济型酒店网络口碑分析 ……………………………………… 27

1. 2019 年网络住宿点评量小幅下滑，还需加强线上口碑引导 ……………………… 27

2. 2019 年慧评得分取得新突破 ………………………………………………………… 27

3. 各出行目的消费者对经济型酒店提出更高的服务品质诉求 ……………………… 28

4. 餐饮将成为经济型酒店竞争发力点 ………………………………………………… 29

5. 经济型酒店消费者日益关注休闲设备与服务 ……………………………………… 30

八、2019 年非标准住宿酒店网络口碑分析 ……………………………… 32

1. 近 3 年非标准住宿需加强点评管理 ………………………………………………… 32

2. 2019 年非标住宿慧评得分上升缓慢，酒店经营者应加强服务规范 …………… 32

3. 非标准住宿产品家庭亲子类客户消费者更爱分享点评 …………………………… 33

4. 非标住宿酒店消费者对餐饮的表扬率最低，经营者需加强餐饮开发 ………… 34

5. 非标住宿酒店消费者对大堂卫生、手机信号改善提出了改善要求 …………… 35

九、住宿业高质量发展建议 ……………………………………………………… 37

1、总结 ……………………………………………………………………………………… 37

2. 建议 ……………………………………………………………………………………… 38

附录一：各省份及其省会城市点评量及慧评得分 ……………………………… 40

附录二：顾客对不同等级酒店在重点服务上的评价观点和表扬率 …………… 41

附录三：各省份及省会城市不同出行目的的评价观点和表扬率 ……………… 46

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

Preface 序言



2020 年上半年，新冠疫情剧烈冲击全球经济，据世界银行《全球经济展望》报告，受新冠疫情冲击，预计 2020 年全球经济将下滑 5.2%，这将是二战以来最严重的经济下滑。中国的住宿业也深受疫情影响，商务客源、旅游客源、会展及宴会客源断崖式减少，根据我会对全国百家绿色饭店企业的调查，上半年营收平均同比下降近 70%，全住宿行业损失超过 2000 亿。

面对国内外风险挑战明显上升的复杂局面，我国政府把握发展大势，积极统筹国内国际两个市场、两种资源，努力构建国内国际双循环相互促进的新发展格局。在危机中育新机，于变局中开新局，在以双循环相互促进的新发展格局中，后疫情时代住宿业将迎来品牌化、数字化、绿色化、多元化的特点。头部效应将进一步增强，品牌企业在经济内循环下，将通过连锁化和品牌化迎来行业结构优化的新机会，新的头部企业将通过产品和服务的创新、以及模式的整合，进一步改写产业生态圈。疫情期间，我们也看到有品牌、有温度、有品质的头部企业影响力明显加大，这也将成为行业的新常态。同时，创新成为驱动力，数字赋能传统产业发展，新模式、新业态迎来最佳成长期。

在这样一个大背景下，我们和众荟连续七年发布的《中国住宿业市场网络口碑报告》具有更加重要的意义。希望通过本报告，企业管理者可以更加清晰了解消费者需求和消费模式，以帮助企业塑造口碑、提升满意度，实现品牌形象的提升，以及产品和模式的进一步创新。相信中国的住宿业经过新冠疫情的洗礼后，将迎来结构进一步优化、品质进一步提升、产品进一步创新的新阶段。

中国饭店协会会长 韩明

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

一、研究背景及目的

2019 年，全球经济下行、中美关系变化等国际环境对我国境内经济有较大的影响。而作为改善性消费，国民必将选择减少旅游出行频次和费用。在此大环境下，OTA 平台间的竞争也日益加剧，并且开始另谋出路。携程通过出海和下沉三四线城市来应对下行市场经济；飞猪借助阿里大平台和大数据的优势，联合众多酒店成立“新旅游联盟”。在不同的策略下，在线旅游行业呈现了新的机会点。

中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2020 年 3 月，我国在线旅行预订用户规模达 3.73 亿，较 2018 年底减少 3705 万，占网民整体的 41.3%。受新冠肺炎疫情影响，短期来看，在线旅行预订行业受到较大冲击，用户规模大幅下降；中长期来看，随着疫情逐渐好转至结束，在线旅行预订行业有望进入反弹期。

互联网催生下的 OTA 平台不仅为消费者提供了酒店预定入口，还为消费者提供“吐槽”渠道。在线分享入住体验逐渐成为消费者的习惯，酒店管理者也日益意识到消费者在线点评的重要性。根据住客的在线点评，酒店管理者可以反思自身所提供的对客服务，预测消费者需求，精准调整当前营销策略，以塑造酒店口碑、提升宾客满意度，并且进一步实现酒店收益提升。2020 年中国饭店协会联合北京众荟信息技术股份有限公司第 7 次发布《中国饭店市场网络口碑报告》，报告对中国酒店网络点评进行分析，从点评内容出发，剖析消费者近几年对酒店综合表扬率的变化，对酒店硬软件服务的关注点变化等，帮助酒店从业者、管理者以及消费者客观地了解酒店的现状及发展。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

二、研究对象

本报告通过系统梳理及分析国内酒店的全网点评，宏观分析酒店市场的网络口碑发展、管理成效及变化。

本报告采集的数据时间段为 2013 年 —2019 年，基于国内外 18 大主流点评网站（网站主要包括携程等 OTA、去哪儿等元搜索网站以及大众点评等点评网站）的酒店点评进行语义分析和综合评测，共采集线上超过 90 万家酒店，点评条数超过 2.19 亿条，主要分析 2018 年至 2019 年网络口碑的变化，其中 2019 年共产生点评 3583 多万，分析观点 1.29 亿多个；本报告酒店等级划分采用符合 OTA 常用的划分酒店的方法，即豪华型酒店（国家挂牌五星级酒店及未挂牌但具有五星级同等水准的酒店）、高端型酒店（国家挂牌四星级酒店及未挂牌但具有四星级同等水准的酒店）、中端型酒店（国家挂牌三星级酒店及未挂牌但具有三星级同等水准的酒店）、经济型酒店（国家挂牌二星级酒店及未挂牌但具有经济型特征的酒店）、其他类型（未达到低星级标准酒店及非标住宿类产品）。

本报告主要有六个部分构成：第一部分主要分析全国酒店近几年网络口碑发展趋势及全国 2019 年酒店等级分布以及点评分布；其余部分分别分析了豪华型、高端型、中端型、经济型、非标准住宿酒店的网络口碑发展趋势，通过 2019 年顾客的网络点评进行语义解析探索了某类型酒店消费群体的关注点的变化，分析了顾客对酒店的软硬件需求。

报告中相关名词说明：

慧评得分：是众荟根据自有语义分析技术，深度挖掘点评中的客户观点，研发的衡量酒店口碑表现的综合指标。酒店知名度和客户满意度共同构建了该酒店的口碑，两者缺一不可。慧评得分综合了这两种口碑关键因素，并通过大数据分析，参考两者的权重，点评曝光的影响，构建综合考评模型，生成公平科学的考评指标。

顾客观点数：根据语义分析系统对顾客每条点评中提到的内容进行分析及归

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

类，如："交通方便"、"房间很好"、"没有吹风机"等等点评中所表现出的顾客对酒店或酒店某个具体方面的观点。

表扬率：顾客观点中，表达满意或者赞扬的情感，记为正面观点；表达不满或者批评的情感记为负面观点；如："房间很好"为正面观点；"客房卫生不干净"为负面观点。表扬率 = 表扬观点数 /（表扬观点数 + 批评观点数）。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

三、2019 年中国住宿业市场网络口碑概述

1. 近 3 年，网络住宿点评量小幅下滑，消费者点评意愿有所下降

近 3 年，网络住宿点评量小幅下滑。2019 年全年共产生点评 3500 多万条，平均每日点评量约 10 万条。在 2019 年 OTA 酒店供给量同比上涨 12.50% 的背景下，线上点评量却相较 2018 年减少 4.01%。日益同质化的服务项目对消费者的点评意愿的刺激作用降低，网络口碑管理面临新的问题。

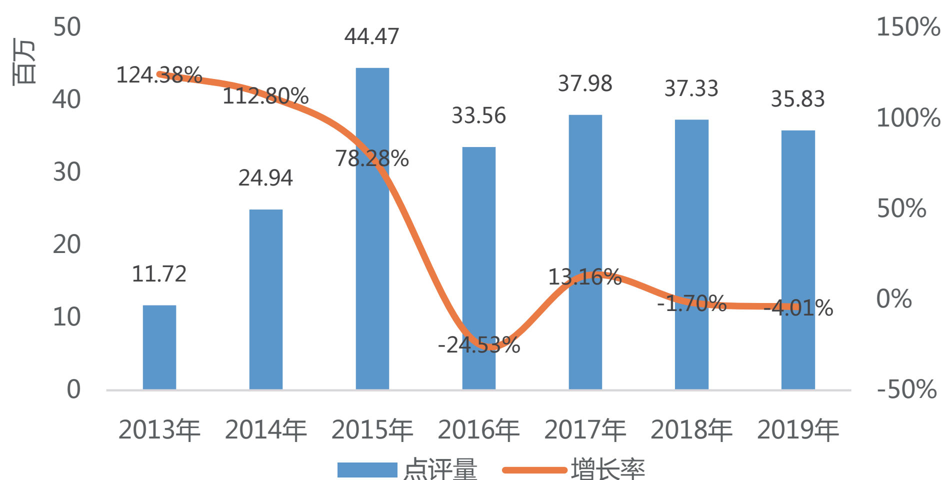


图 1　2013–2019 年中国酒店网络点评量变化趋势

2. 2019 年全国酒店住宿业慧评得分表现优异

慧评得分是通过综合网络点评中的顾客观点数和表扬率两方面因素客观地衡量消费者对酒店的满意程度。2019 年全国酒店住宿业慧评得分为 85.51，为历年最高得分，较 2018 年上升明显。在整体点评数据有所下降的情况下，消费者对酒店行业的服务给予了更高的认可。酒店在创新服务项目刺激消费者点评外，还需关注消费者表扬率较低的维度的改善。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

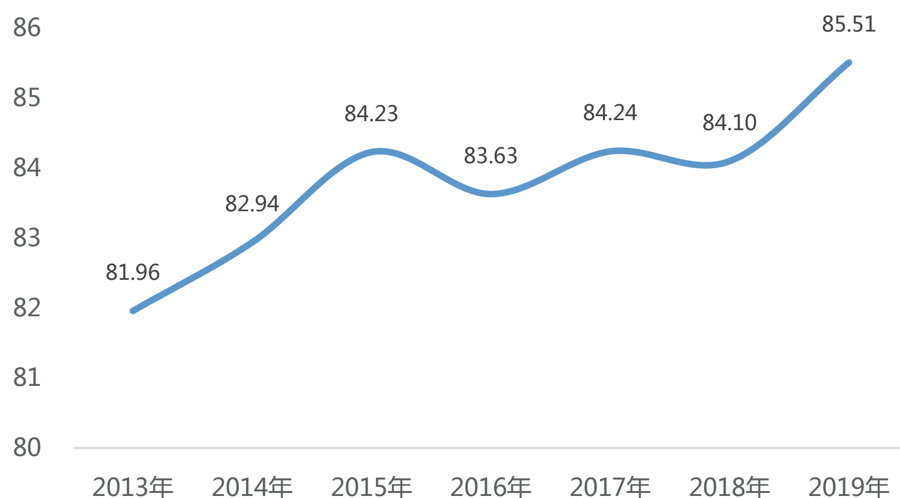


图 2　2013–2019 年中国酒店慧评分变化趋势

全国酒店慧评得分存在明显的季节波动性。与其他季度相比，近 3 年 Q3 季度均保持了较高的慧评得分。因暑假出游和秋季频繁的商务活动，Q3 季度商务出差、出游人次增多，产生更多点评，观点量的增加，一定程度促进慧评分的上浮。

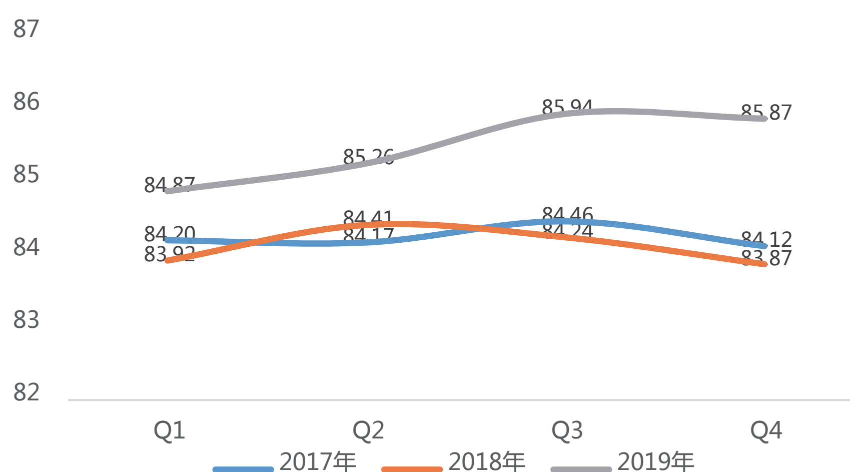


图 3　2017–2019 年中国酒店慧评分季度变化趋势

3. 中高端酒店更重视消费群体的口碑管理

2019 年全国住宿业不同等级酒店点评量占比没有明显变化。占全国酒店数据

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

约 25% 的中高端酒店获得了超过 48% 的点评，平均每家酒店获得了 487 条点评，为经济型酒店的 2.1 倍。可见，中高端酒店在获取客户点评上投入了更多的精力。与此同时，在多种点评激励方式的引导下，中高端酒店消费者更加乐于分享入住体验，形成了口碑管理与营销的正向循环。

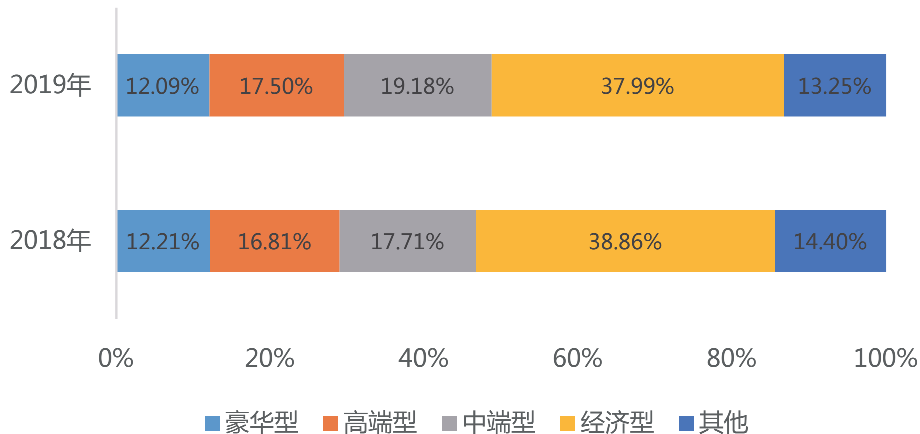


图 4　2018–2019 年不同等级酒店点评量占比分析

4. 消费者需求更加多样化，价格敏感度下降

通过对 2019 年消费者住宿点评进行语义分析，探索 2019 年酒店行业六大维度的口碑表现。

从观点数来看，2019 年，设施、卫生和价格维度观点数同比均有小幅下降，餐饮、位置维度观点数上升。消费者需求越来越多样化，设施豪华、卫生干净，对于客户而言这部分需求可能已经从期望属性变为酒店必备属性，用户感知度降低，随之在点评中的提及率也相对下降。价格维度关注度下降，一定程度反映消费者对价格的敏感度下降。

从表扬率来看，2019 年酒店六大维度表扬率均有所上升。然而，设施维度消费者表扬率仅为 77.40%，表扬率最低。设施作为酒店的必备属性，需求难以满足必然引起消费者的投诉。随着时代发展、生活水平的提升，消费者不再满足于传统酒店带来的服务体验，个性化、智能化的服务设施将成为酒店竞争的决定性要素。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

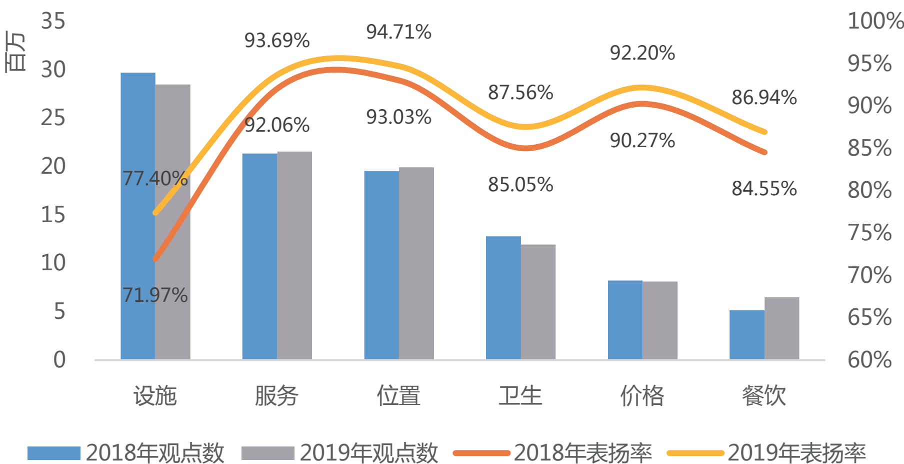


图 5　2018–2019 年中国酒店六大维度观点数及表扬率



图 6　酒店用户满意度 KANO 模型

来源：高明 . 基于 KANO 模型的我国精品酒店顾客满意度要素研究 [J]. 四川旅游学院学报 .2017(1)

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

四、2019 年豪华型酒店网络口碑分析

1. 2019 年豪华型酒店点评量继续下滑，消费者点评意愿下降

豪华型酒店点评发展趋势与整体酒店点评变化趋势基本一致。2019 年豪华型酒店共产生 438 万条点评，同比下降 3.92%，延续 2018 年下滑趋势。消费者对豪华型酒店的服务期望较高，然而一成不变的服务项目已无法刺激客户的点评意愿。而面对高消费群体，智能化设备应用、互动类文化体验可能会成为下一个突破点。

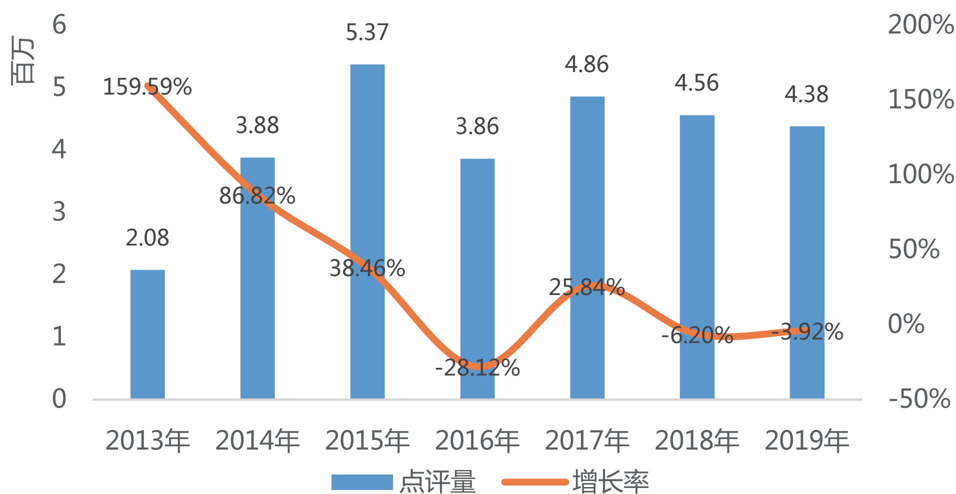


图 7　2013–2019 年豪华型酒店网络点评量变化趋势

2. 豪华型酒店慧评得分持续上升，2019 年再创新高

近 3 年，豪华型酒店慧评得分持续上升。2019 年，豪华型酒店慧评得分为 89.07，较去年上升 0.43 分，高于全国酒店业总体得分 3.56 分。豪华型酒店在服务品质和产品特色上具有自身优势，并获得了其目标人群较高的表扬率。在确保酒店的服务品质上，酒店还需时刻关注消费者的服务诉求，响应消费者日益变化的需求。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

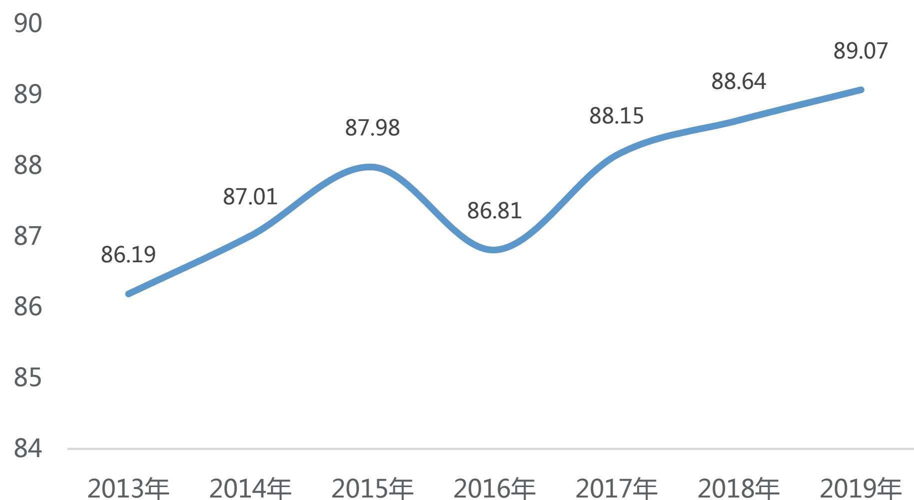


图 8　2013–2019 年豪华型酒店慧评分变化趋势

3. 豪华型酒店备受家庭亲子型消费者青睐

豪华型酒店不同出行目的客户的观点分析结果显示，家庭亲子型消费者的观点量以 396 万条观点占据首位，家庭亲子型消费者更加青睐豪华型酒店，并且乐于分享入住体验。然而，家庭亲子型消费者的表扬率低于其他出行目的的消费者。家庭亲子游要兼顾成人度假、亲子互动、亲子教育等多重功能，因此该类消费群体对酒店服务水平要求更高。

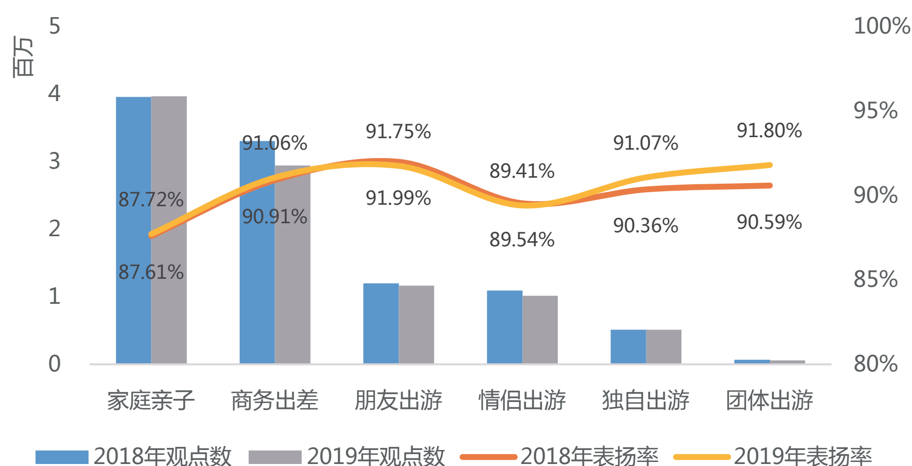


图 9　2018–2019 年豪华型酒店不同出行目的客户的观点数及表扬率

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4. 服务、餐饮将成为豪华型酒店的竞争魅力

通过对豪华型酒店的点评内容进行语义解析，分析了豪华型酒店消费群体的关注内容。

设施、服务观点数远高于其他维度。豪华景观、高端设施、贴心服务依然为消费者对豪华型酒店的期望属性，为促成消费者住后点评的魅力所在。而从表扬率来看，服务、位置维度表扬率超过 93%，酒店的改善措施获得了消费者的广泛认可。

此外，餐饮维度观点数同比上升 29.00%，关注度上升最明显。作为当今社会热门话题之一，消费者也日益关注出行住宿环节的健康饮食。而针对豪华型酒店，消费者也传递了高档食材、顶级烹饪手法、营养搭配、高效服务的豪化餐饮体验的期望。

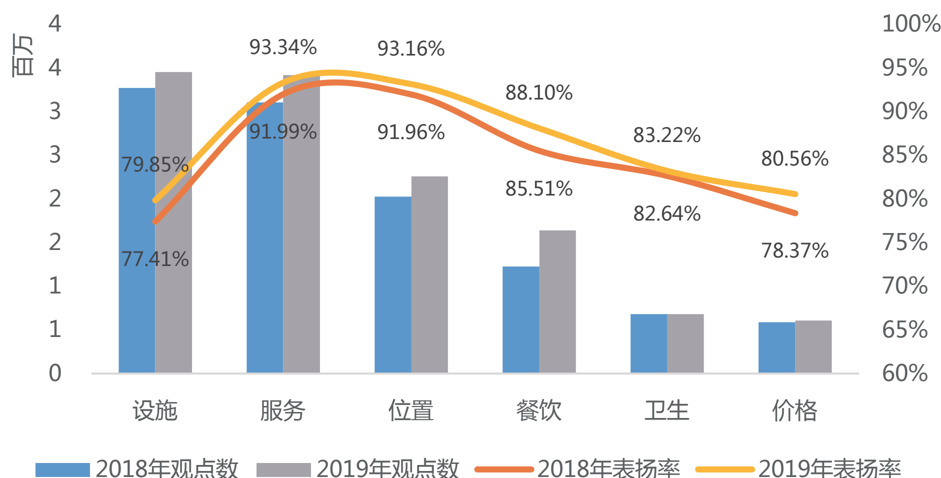


图 10　2018–2019 年豪华型酒店六大维度观点数及表扬率

豪华型酒店消费者关注度集中在周边环境、房间环境及装饰、交通、早餐环境、餐厅菜品等。由此，舒适的居住环境、方便的交通和健康饮食是 OTA 渠道吸引目标群体的关键内容。而此 5 个维度的表扬率中，房间环境及装饰表扬率仅为 81.20%，表扬率最低。酒店经营者还需用心探索客户的装修风格偏好，为消费者营造家一般的舒适温馨的客房环境。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 1 2019 年豪华型酒店细分维度关注度 TOP5 及表扬率

细分维度	2019 年观点数	2019 年表扬率	观点数变化	表扬率变化
周边环境	77.20 万	91.39%	8.35%	2.19%
房间环境及装饰	55.15 万	81.20%	1.98%	4.38%
交通	48.09 万	94.90%	7.55%	1.12%
早餐环境	47.29 万	87.23%	21.21%	3.24%
餐厅菜品	46.81 万	87.46%	35.51%	3.63%

5. 正餐服务备受关注；手机信号、环境噪音问题亟待解决

为深入探索豪华型酒店目标群体的服务诉求，我们统计了各细分维度的观点数和表扬率变化情况。

豪华型酒店的消费群体的更加关注酒店餐饮。因此，餐厅、菜品等餐饮相关的细分维度均获得了消费者更多的关注度。随着酒店餐厅向社会化开放，正餐服务人群增多，通过人性化的服务给予消费者意外的餐饮经历，从而提及餐饮服务的观点增多。

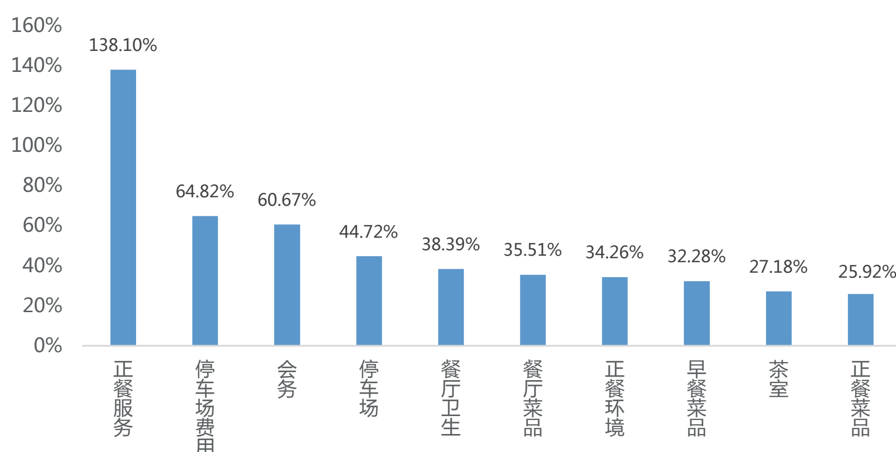


图 11 2019 年豪华型酒店观点数上升 TOP10 细分维度

从表扬率变化情况来看，手机信号、环境噪音和排水等维度表扬率下降。其中，手机信号表扬率同比下降 43.43%，酒店通信环境更加恶化。在无法改善手机信号的情况下，酒店可通过加强网络覆盖、网络稳定性等降低住宿者对手机信号的关注。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

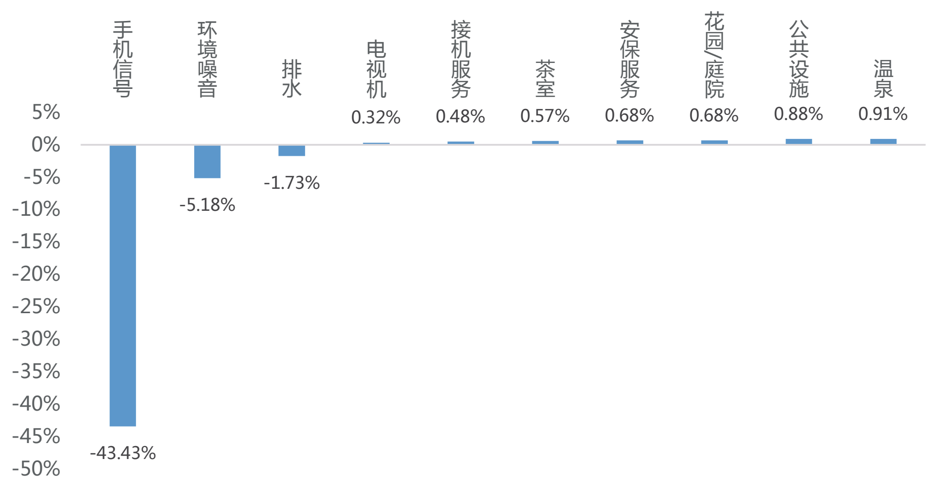


图 12　2019 年豪华型酒店表扬率上升 BOTTOM10 细分维度

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

五、2019 年高端型酒店网络口碑分析

1. 近 3 年高端酒店网络点评量相对较稳定

近 3 年，高端酒店点评量相对较稳定，2019 年，点评量同比去年小幅上升 0.80%。整体而言，高端酒店注重网络口碑管理，持续致力于采用线上线下相结合的策略促使消费群体完成住后点评，消费者住后点评已成为习惯。

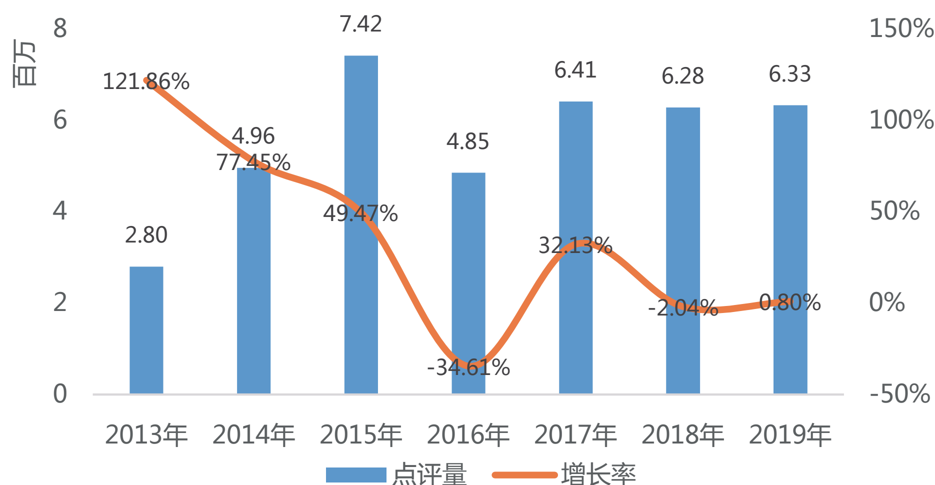


图 13　2013–2019 年高端型酒店网络点评量变化趋势

2. 高端型酒店慧评得分保持高幅度增速，逐渐缩小与豪华型酒店慧评得分差距

近 3 年，高端型酒店慧评得分持续上升，2019 年实现 1.21% 的增幅，达到 87.61，与豪华型酒店慧评得分仅相差 1.46 分，差距逐渐缩小。高端型酒店拥有较高的服务水平，可凭借较低的房价向上竞争客源。在点评量保持相对稳定的情况下，消费者对高端型酒店的服务水平、软硬件设备给予更积极的评价。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

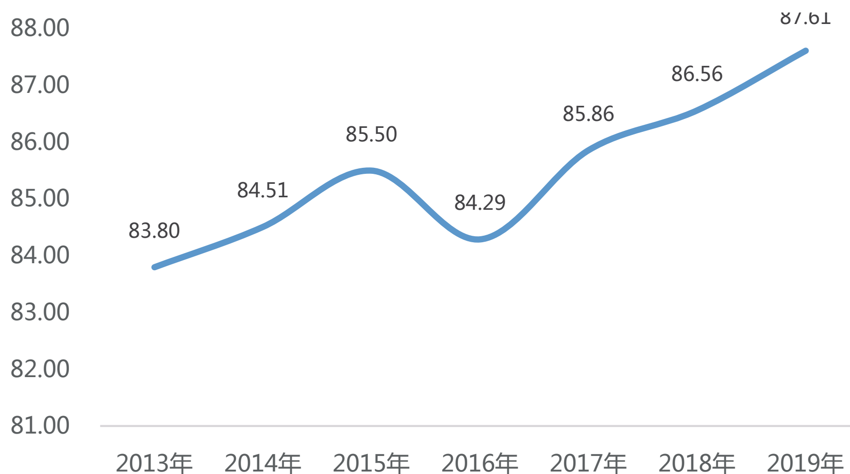


图 14 2013–2019 年高端型酒店慧评分变化趋势

3. 作为高端型酒店网络点评主要来源之一的家庭亲子型消费群体表扬率最低

高端型酒店不同出行目的客户的观点分析结果显示，2019 年商务出差型消费群体共贡献了 486 万条观点，占据首位；其次为家庭亲子型消费群体，观点数为 461 万条。商务出差、家庭亲子型消费群体共贡献了 67.81%，为高端型酒店网络点评的主要来源。

从表扬率来看，家庭亲子型消费群体的表扬率为 88.58%，表扬率相对较低。随着全面两孩政策的落实，国内亲子游市场迎来前所未有的发展机遇。为更切合的满足亲子游客户的需求，酒店需明确孩子才是家庭亲子市场的真正主体，酒店产品应根据儿童的兴趣爱好和生理特征进行设计，营造适合儿童活动的氛围。

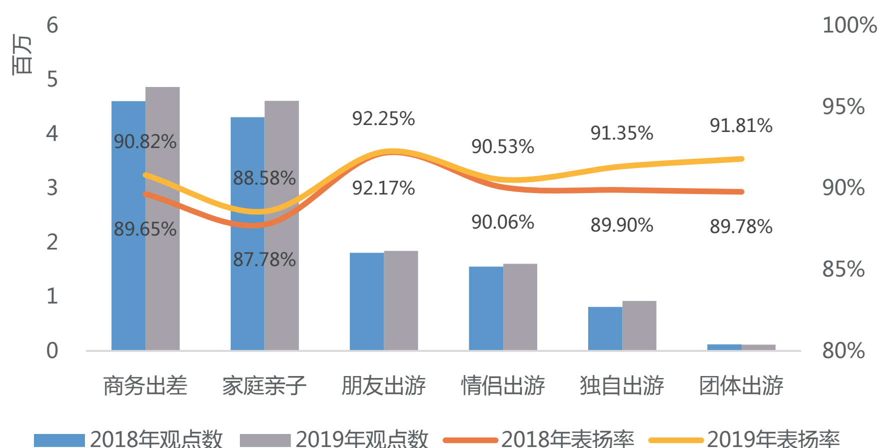


图 15 2018–2019 年高端型酒店不同出行目的客户的观点数及表扬率

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4. 高端型酒店六大维度表扬率有所改善，设施依然为点评“重灾区”，为酒店竞争必备属性

通过对高端型酒店的点评内容进行语义解析，分析了高端型酒店消费群体的关注内容、服务痛点。

设施、服务、位置、餐饮观点数有不同程度的增加。其中，2019 年，设施维度的观点数达到 484 万条，为六大维度观点数最高。设施维度表扬率为 79.15，表扬率最低。作为酒店服务载体的设施，不仅传递着酒店风格，更与消费者住宿体验密切相关，依然为高端酒店竞争的必备属性。酒店还需重点关注酒店设备的维护与更新。

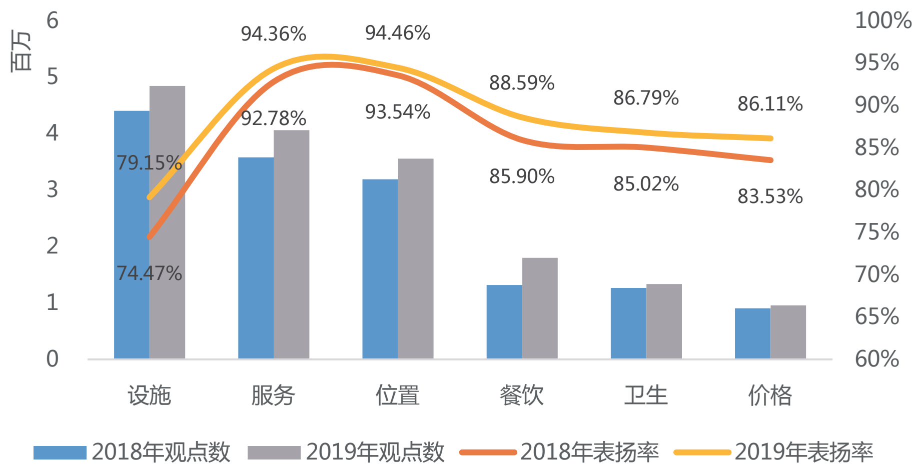


图 16　2018-2019 年高端型酒店六大维度观点数及表扬率

高端型酒店消费者关注度集中在周边环境、交通、早餐环境、房间环境及装饰、床品等。2019 年，早餐环境和床品的关注数增幅较大，消费者对早餐与床品提出了新的服务诉求，酒店可从此方面做改善以更加切合消费者需求。

而此 5 个维度的表扬率中，房间环境及装饰表扬率仅为 76.17%，表扬率最低。良好的通风、采光、湿度环境及人性化的房间布局能保证消费者的入住体验。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 2　2019 年高端型酒店细分维度关注度 TOP5 及表扬率

细分维度	2019 年观点数	2019 年表扬率	观点数变化	表扬率变化
周边环境	94.65 万	92.36%	5.79%	1.63%
交通	87.48 万	96.08%	7.32%	0.70%
早餐环境	79.36 万	87.76%	30.21%	4.09%
房间环境及装饰	77.26 万	76.17%	0.32%	6.13%
床品	66.22 万	89.84%	23.70%	4.75%

5. 高端型酒店消费者更加关注餐饮服务，提出了环境噪音改善诉求

为深入探索高端型酒店目标群体的服务诉求，我们统计了各细分维度的观点数和表扬率变化情况。

从观点数上升 TOP10 的细分维度总结出，高端酒店人群更加关注餐饮、停车场、休闲设施及相关服务。而其中，餐饮方面的细分维度占了很大的比重，由此说明，消费者对高端型酒店的餐饮关注上升。

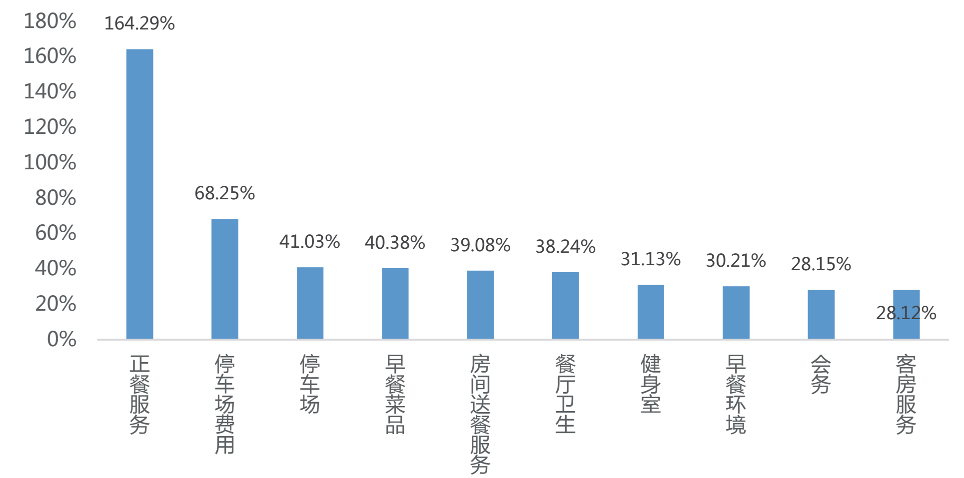


图 17　2019 年高端型酒店观点数上升 TOP10 细分维度

从表扬率变化情况来看，环境噪音、安保服务、休闲娱乐等细分维度表扬率下降。酒店环境噪音多来自空调、排风、管道等内部设备噪音、外部环境噪音；针对噪音处理，酒店需加强酒店设备的检查维护，增加窗口密封性，墙壁隔音效果等。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

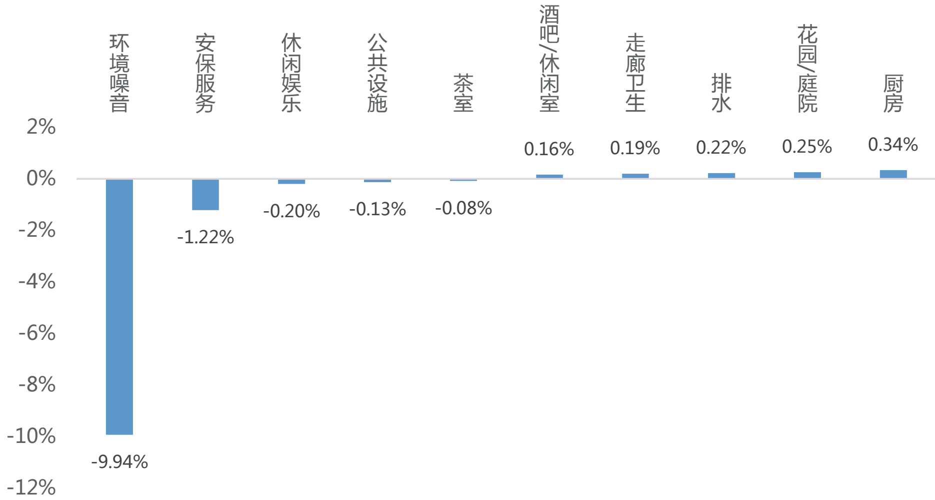


图 18　2019 年高端型酒店表扬率上升 BOTTOM10 细分维度

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

六、2019 年中端型酒店网络口碑分析

1. 近 3 年中端酒店日益重视网络点评管理

近 3 年，中端型酒店的点评量逐渐上涨。2019 年点评量达到 692 万条，较去年同期上升 4.68%。在全国酒店点评量下滑趋势下，中端型酒店为唯一的点评量上升的酒店类型。品牌化经营为目前酒店行业的发展趋势，而相较于高端、豪华型酒店，中端型酒店的品牌经营起步较晚。作为品牌形象管理手段之一的网络点评日益得到中端型酒店的重视。

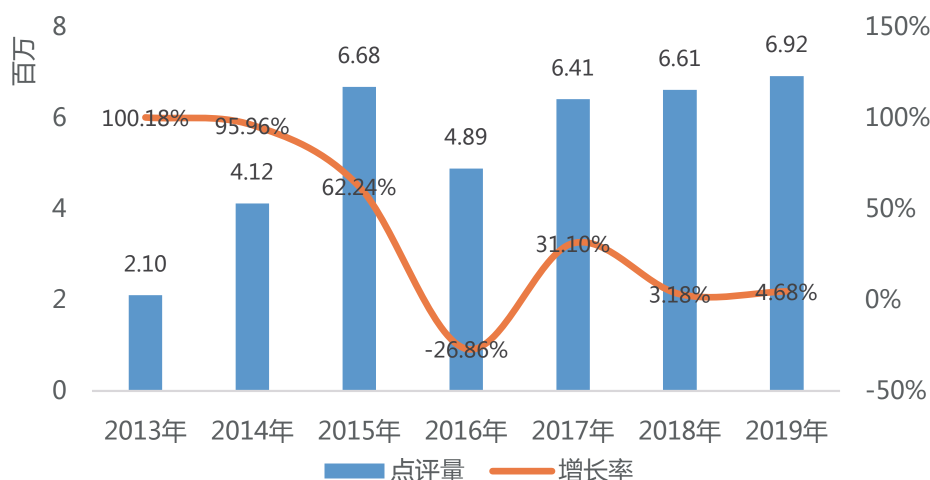


图 19 2013-2019 年中端型酒店网络点评量变化趋势

2. 中端型酒店慧评得分持续上涨，口碑表现优异

在点评量平稳上涨的背景下，中端型酒店慧评得分也实现高幅度的上升。2019 年中端型酒店慧评得分达到 86.46，高于全国酒店慧评得分。消费分级背景下，中端酒店获得了酒店经营者和消费者的双重关注。而从慧评得分来看，中端型酒店获得了消费者的普遍认可。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

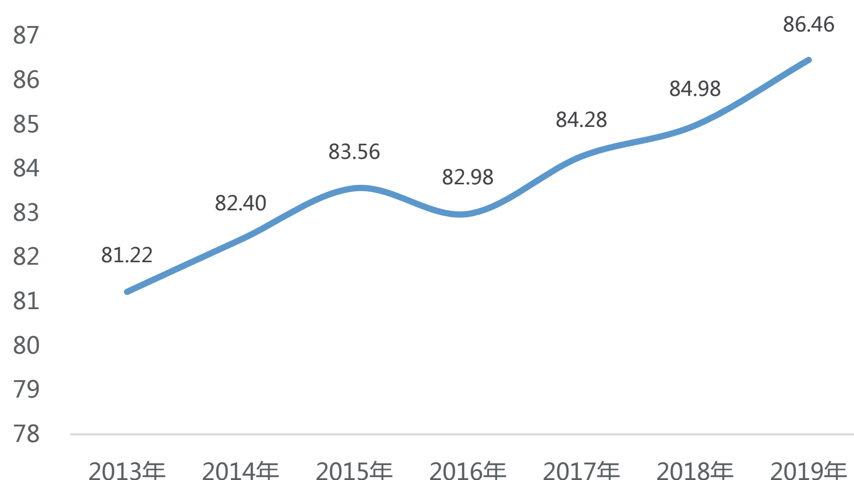


图 20　2013–2019 年中端型酒店慧评分变化趋势

3. 中端型酒店受到商务出差客户青睐

中端型酒店不同出行目的客户的观点分析结果显示，商务出差消费者贡献了超过 34.45% 的观点数，以 430 万条点评量位居首位，并且较去年上升 3.06%。而从表扬率来看，商务出差消费者的表扬率为 90.62%，居于较高水平，中端型酒店备受商务出差客户的青睐。除满足商务人士的干净卫生、便利交通等必备服务外，设备齐全、人性化服务、餐饮供应等增值服务项目将能提升商务人士满意度，从而培养该类客群的忠诚度。

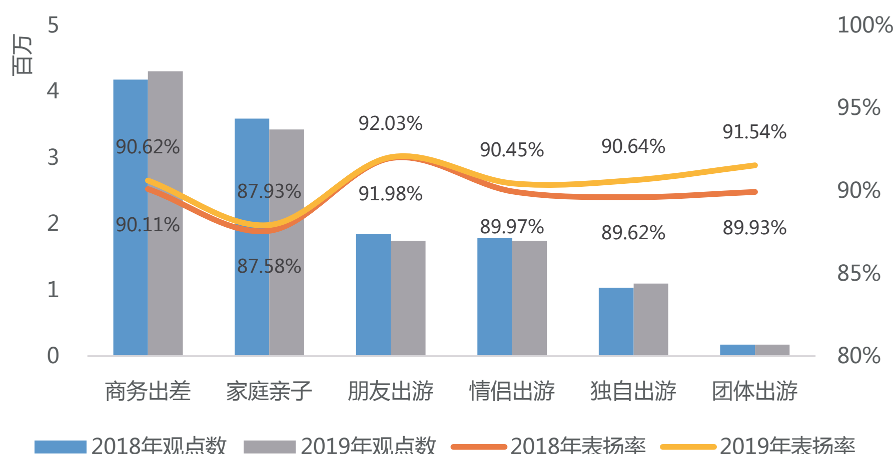


图 21　2018–2019 年中端型酒店不同出行目的客户的观点数及表扬率

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4. 消费者基本需求得到满足。服务需求升级中，设施将成为竞争发力点

通过对中端型酒店的点评内容进行语义解析，分析了中端型酒店消费群体的关注内容、服务痛点。

从观点数来看，2019 年，六大维度的观点数均有所上升。消费者基本住宿需求得到满足，并获得了超过预期的服务，消费者日益关注入住过程中的各项服务维度；此外，设施、位置、餐饮维度观点数分别上升 13.61%、13.55%、39.19%，上升幅度较高。用户对设施、位置和餐饮的需求等级优先于其他维度。

从表扬率来看，2019 年酒店六大维度表扬率均有所上升。虽然，设施维度消费者表扬率仅为 80.23%，但同比提升 8.37%，上升幅度最高。作为服务的载体，人性化、个性化、智能化的设施将成为酒店竞争的发力点。

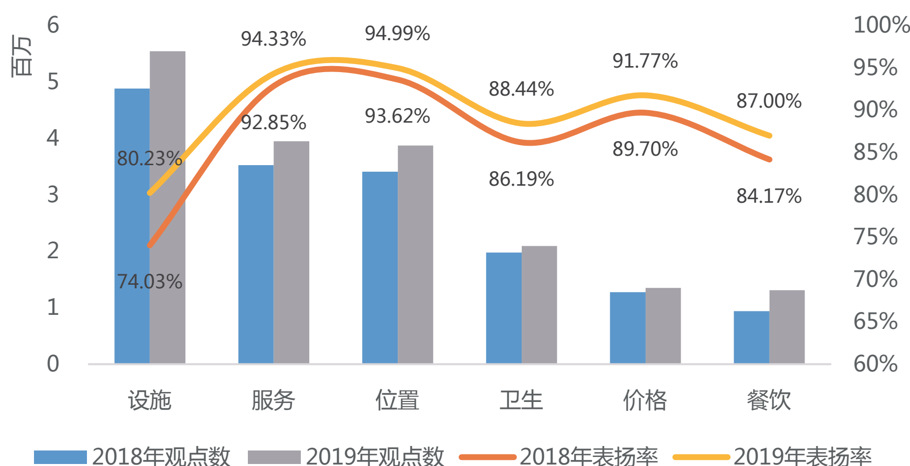


图 22　2018–2019 年中端型酒店六大维度观点数及表扬率

中端型酒店消费者关注度集中房间环境及装饰、交通、周边环境、床品、客房卫生。与其他类型酒店系关注度 TOP5 维度相比，中端型酒店消费群体更多提及客房卫生。同时，2019 年，中端型酒店消费群体提及床品的观点数上升最多。由此，对于中端型酒店消费群体而言，舒适的床品、干净的客房卫生依然为消费者的期望需求，为消费者对酒店服务的重点关注内容。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 3 2019 年中端型酒店细分维度关注度 TOP5 及表扬率

细分维度	2019 年观点数	2019 年表扬率	观点数变化	表扬率变化
房间环境及装饰	116.06 万	80.17%	0.72%	7.01%
交通	90.82 万	96.57%	6.70%	0.79%
周边环境	87.11 万	93.21%	5.57%	1.70%
床品	82.60 万	91.75%	56.20%	6.98%
客房卫生	79.70 万	87.90%	3.50%	2.83%

5. 停车场成为消费者选择酒店关注新内容；服务细节是酒店竞争的逐力点

为深入探索中端型酒店目标群体的服务诉求，我们统计了各细分维度的观点数和表扬率变化情况。

观点数上升 TOP10 细分维度集中在停车场、餐饮和客房三方面。其中停车场费用观点数上升 70.49%，上升幅度最高。随着自驾游愈发流行，而与之匹配的停车场将成为住宿者关注的新内容。必备的停车指示标识、安全保障等是停车场的基本要求，此外，代客停车、停车费减免等增值服务将成为酒店的服务魅力。

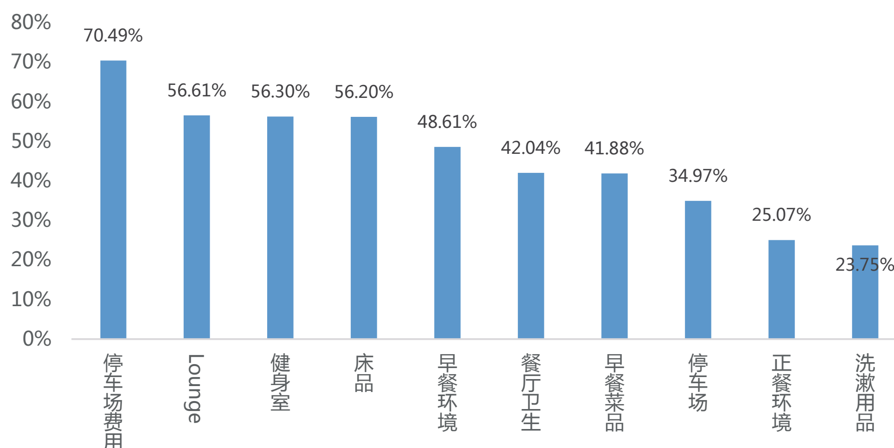


图 23 2019 年中端型酒店关注度上升 TOP10 细分维度

从表扬率变化情况来看，中端型酒店众多细分维度的表扬率均有所下滑。除满足消费者基本需求外，酒店还应重视服务细节，例如更衣室、安保服务、厨房等小众服务项目；球类运动、休闲娱乐等增值服务项目。服务细节展现了酒店的服务魅力，能够给顾客物超所值的感知，是获取客户忠诚度的逐力点。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz



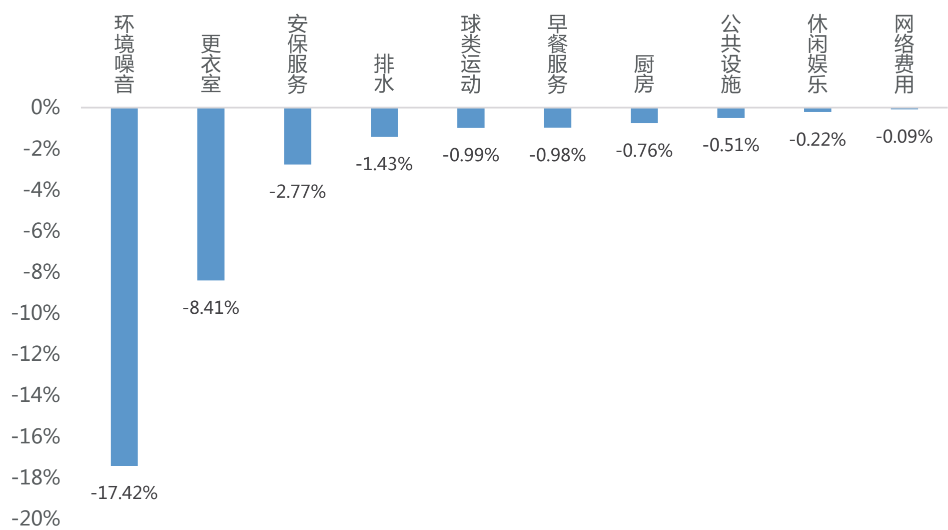


图 24　2019 年中端型酒店表扬率上升 BOTTOM10 细分维度

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

七、2019 年经济型酒店网络口碑分析

1. 2019 年网络住宿点评量小幅下滑，还需加强线上口碑引导

从 2016 年开始，经济型酒店网络点评量未获得明显突破。2019 年全年共产生点评 1358 多万条，同比去年下降 6.40%。在成本受限的情况下，经济型酒店在设备、服务方面无法与中高端酒店竞争。为引导消费者点评，酒店管理者还需重视服务创新，调动消费者点评热情。

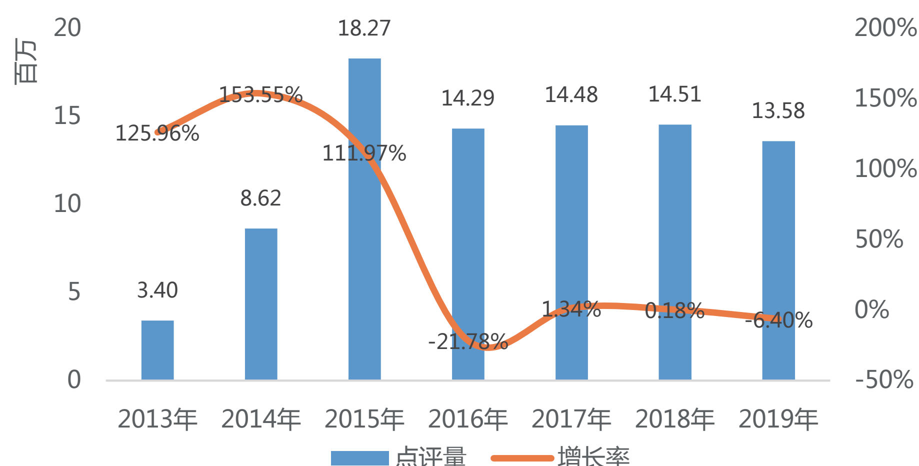


图 25 2013–2019 年经济型酒店网络点评量变化趋势

2. 2019 年慧评得分取得新突破

2019 年全国酒店住宿业慧评得分为 85.32，较 2018 年上升 1.49 分，改变了近 4 年的平稳趋势，慧评得分取得新突破。经济型酒店进入门槛较低，同质化竞争激烈。而随着消费升级，消费者对经济型酒店的要求不仅是满足基本住宿需求，而是获得更人性化的服务。在成本有限的情况下，打造酒店独特项目，才能在竞争中脱颖而出。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

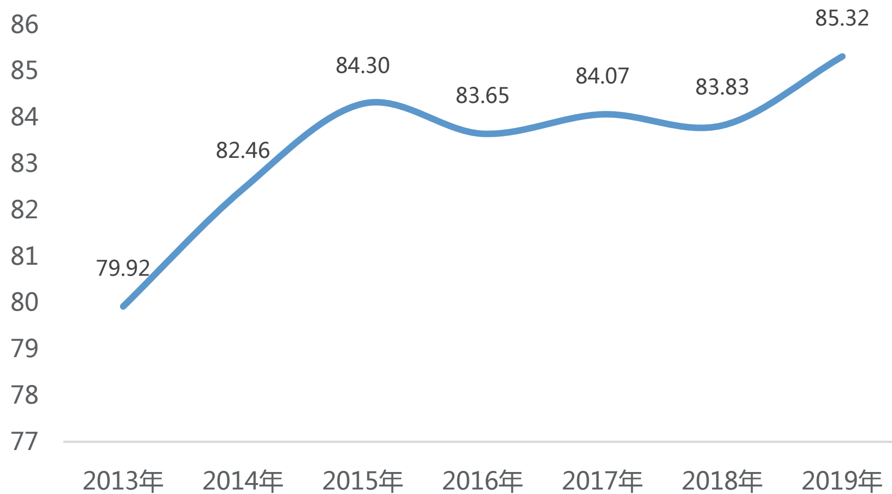


图 26　2013–2019 年经济型酒店慧评分变化趋势

3. 各出行目的消费者对经济型酒店提出更高的服务品质诉求

经济型酒店各出行目的的消费者观点数较去年同期均下降。同质化的服务项目无法刺激消费者的点评意愿。此外，商务出差消费者贡献了 37.47% 的观点数，依然为经济型酒店的核心消费群体。

从表扬率来看，各出行目的的消费者 2019 年表扬率均低于 2018 年。随着消费升级，” 安全、卫生、舒适” 的基本住宿环境已经无法满足消费者需求，各出行目的的消费者对经济型酒店提出更高品质的服务诉求。

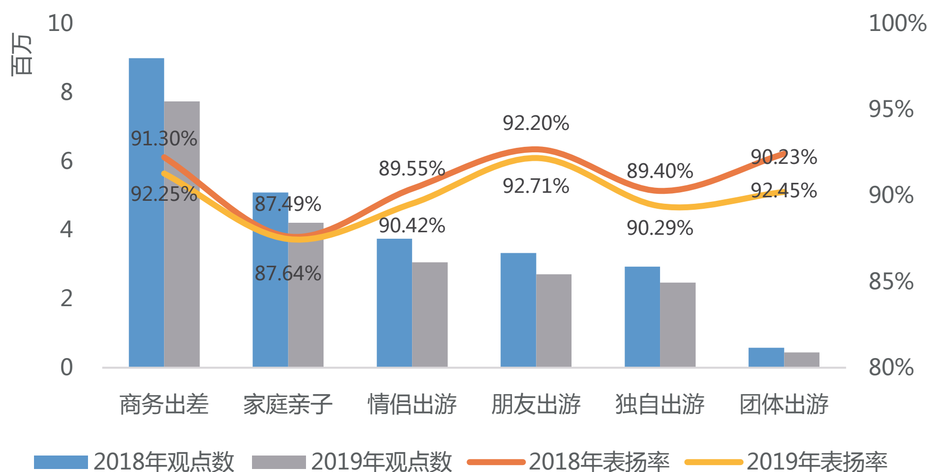


图 27　2018–2019 年经济型酒店不同出行目的客户的观点数及表扬率

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4. 餐饮将成为经济型酒店竞争发力点

通过对经济型酒店的点评内容进行语义解析，分析了经济型酒店消费群体的关注内容、服务痛点。

从观点数来看，2019 年，餐饮维度观点数上升，其他维度观点数减少。餐饮需要酒店提供额外的空间、人力和资金，受限于有限的服务能力、成本压力，目前能够提供餐饮的经济型酒店较少。然而消费者日益关注餐饮，餐饮或将成为经济型酒店下个发力点。

从表扬率来看，2019 年酒店六大维度表扬率均有所上升。但是，设施维度消费者表扬率仅为 76.53%，为各等级酒店设施中的表扬率最低。酒店往往受成本、经营方式的限制，经济型酒店通常无法对设施进行全面调整，但保证基本的安全、无故障设备的客房，在遇到故障房时给予贴心的换房服务以减少客户的负面情绪，从而改善消费者的入住体验。

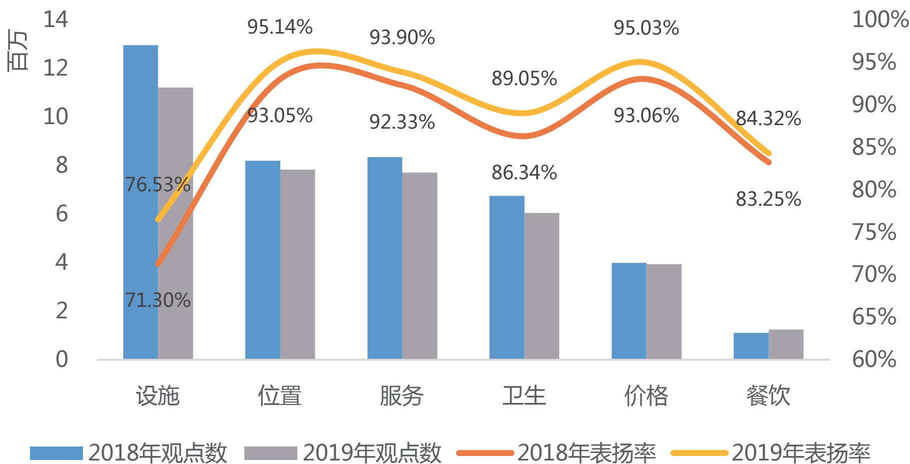


图 28　2018-2019 年经济型酒店六大维度观点数及表扬率

从关注度 TOP5 细分维度来看，与其他星级酒店相同，舒适的客房环境、便利的交通、干净的设备等依然为经济型酒店消费者的基本住宿需求。相对于其他星级酒店而言，经济型酒店消费者更加关注客房卫生。近年来酒店卫生事件频发，消费者对卫生的关注度也随之提升。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 4　2019 年经济型酒店细分维度关注度 TOP5 及表扬率

细分维度	2019 年观点数	2019 年表扬率	观点数变化	表扬率变化
房间环境及装饰	347.93 万	81.35%	-7.11%	10.90%
客房卫生	217.91 万	88.67%	-8.23%	2.58%
交通	182.32 万	97.17%	-6.08%	1.03%
周边环境	153.65 万	94.55%	-6.30%	1.90%
床品	101.11 万	86.40%	3.52%	5.46%

5. 经济型酒店消费者日益关注休闲设备与服务

为深入探索经济型酒店目标群体的服务诉求，我们统计了各细分维度的观点数和表扬率变化情况。

经济型酒店消费者对 Lounge 和会务的关注点上升明显。作为非必备需求，lounge 和会务的具备将给住店客户超出预期的体验，提升消费者的满意度。

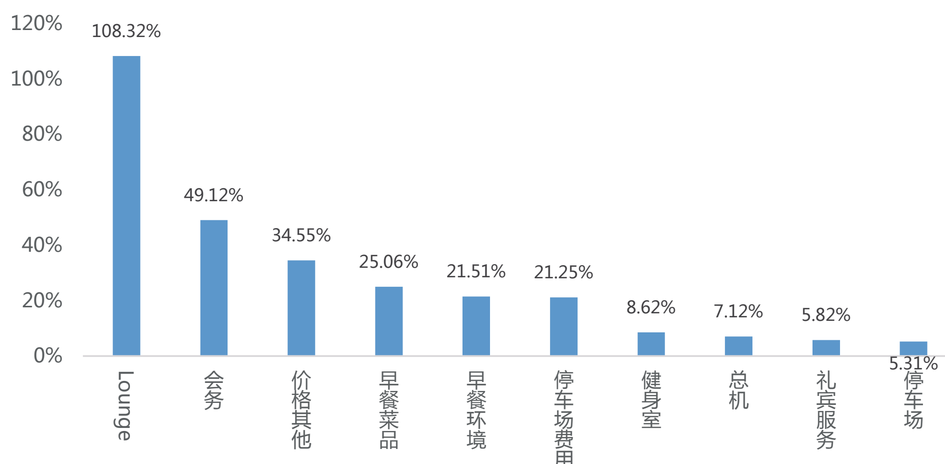


图 29　2019 年经济型酒店观点数上升 TOP10 细分维度

从表扬率变化情况来看，更衣室、咖啡厅、BBQ、休闲娱乐、茶室等休闲娱乐设施和服务的表扬率下滑，其中更衣室表扬率下降 29.41%，下降幅度最大。消费群体已经不再满足于“能洗澡能睡觉”的基本需求，而是期望获得更休闲、贴心的服务。在服务日益同质化，休闲娱乐设施和服务的提供也许会成为经济型酒店转型的一个方向。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

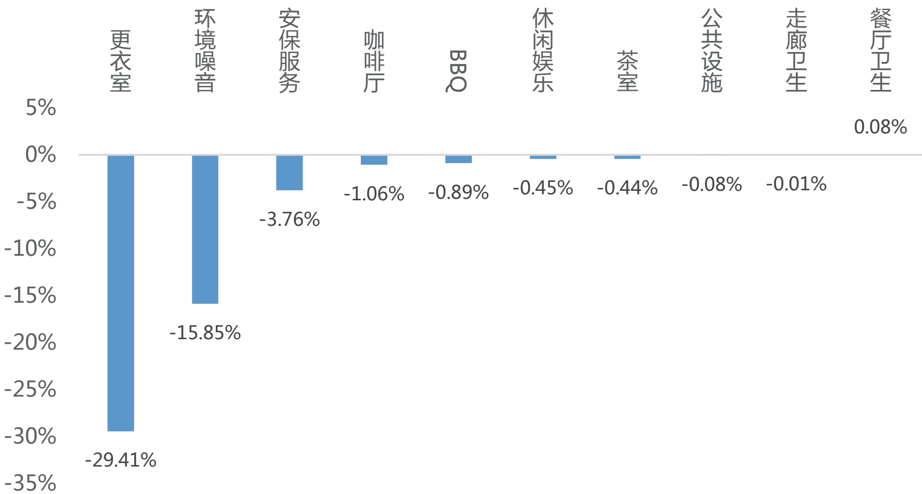


图 30　2019 年经济型酒店表扬率上升 BOTTOM10 细分维度

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

八、2019 年非标准住宿酒店网络口碑分析

1. 近 3 年非标准住宿需加强点评管理

线上非标准住宿酒店日益增多，然而近 3 年整体点评量却逐年下降。相较于其他星级酒店，非标准住宿酒店依托互联网而生，更加依赖互联网运营，从而应更加注重线上口碑传播。由此，非标准住宿运营者应采取针对性的刺激措施，以鼓励消费者分享住后点评。

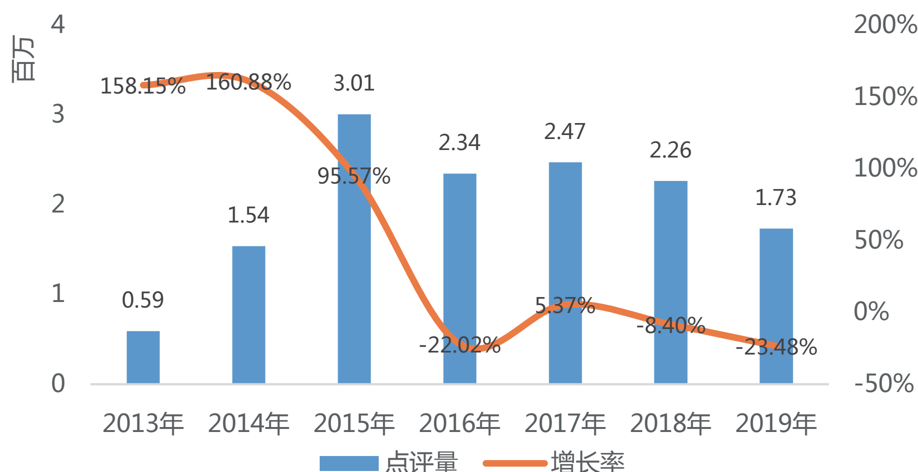


图 31　2013–2019 年非标准住宿酒店网络点评量变化趋势

2. 2019 年非标住宿慧评得分上升缓慢，酒店经营者应加强服务规范

2015—2018 年，非标准住宿酒店整体慧评得分均高于 86 分，均高于当年高端型酒店慧评得分。2019 年非标住宿酒店整体得分达到 87.49，虽然依然保持较高水平，但上升幅度低于其他星级酒店。在满足消费者个性化需求的背景下衍生的非标住宿酒店，应在口碑管理上具有得天独厚的优势，酒店运营者还需加强服务规范。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

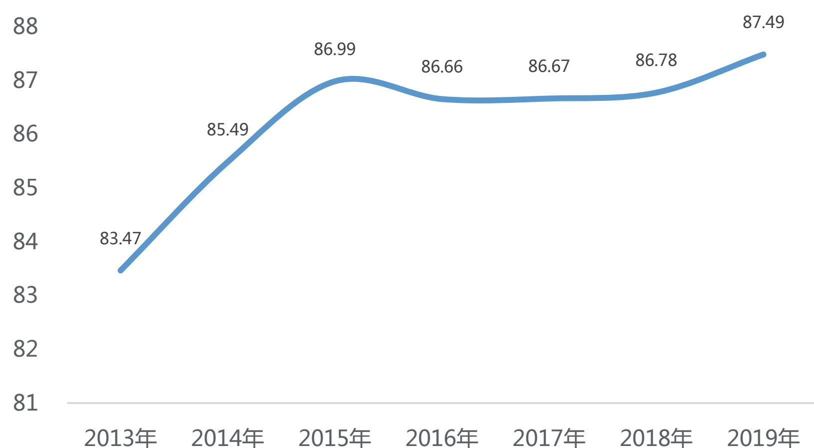


图 32　2013–2019 年非标准住宿酒店慧评分变化趋势

3. 非标准住宿产品家庭亲子类客户消费者更爱分享点评

非标准住宿酒店不同出行目的客户的观点分析结果显示， 2019 年，家庭亲子消费者贡献了 32.76% 的观点数，以 141 万条点评量位居首位，家庭亲子类客户消费者更爱分享住后点评。而不同出行目的客户的观点数较去年有不同程度的下降，其中家庭亲子类客户观点量环比下降 20.15%。非标住宿酒店的消费群体点评意愿下降，酒店经营者还需通过线上线下的策略引导住客分析住后点评。

从表扬率来看，作为主要消费群体的家庭亲子类消费者的表扬率为 89.73%，表扬率最低。相较于其他消费群体，家庭亲子游要兼顾成人度假、亲子娱乐、亲子教育等多重功能，对酒店的运营服务能力要求更高。

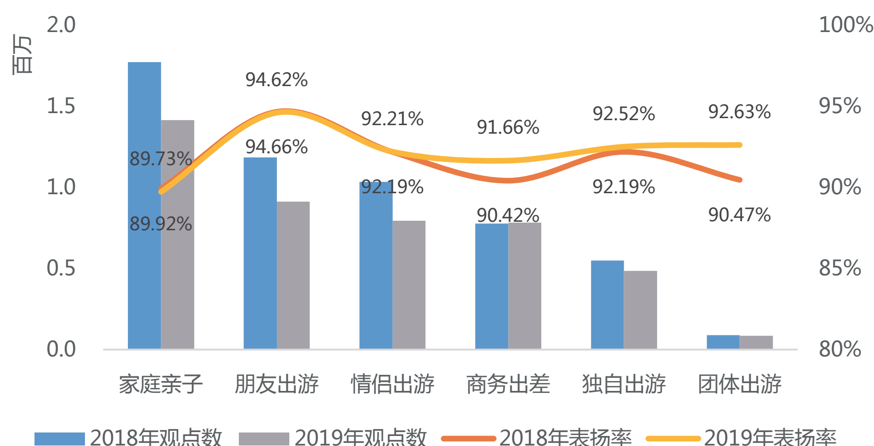


图 33　2018–2019 年非标准住宿酒店不同出行目的客户的观点数及表扬率

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4. 非标住宿酒店消费者对餐饮的表扬率最低，经营者需加强餐饮开发

通过对非标准住宿酒店的点评内容进行语义解析，分析了目标消费群体的关注内容、服务痛点。

从观点数来看，2019 年，设施、位置、服务等各个维度的观点数均在减少。其中，设施、服务、卫生、价格的观点数环比下降超过 20%。消费者对价格的敏感度下降，同时对满足基本住宿需求的产品、服务关注度下降，可以说明消费者愿意为特色的出行体验付出较高的费用。

从表扬率来看，2019 年，设施、位置、服务、卫生和价格的表扬率均有所上升，但上升幅度低于 3%。此外，餐饮维度的满意度较去年下降 1.99%，酒店经营者还需加大对菜品品质、餐饮服务等方面的投入，而当地特色饮食、实地采摘等服务项目可为消费者提供不一样的体验。

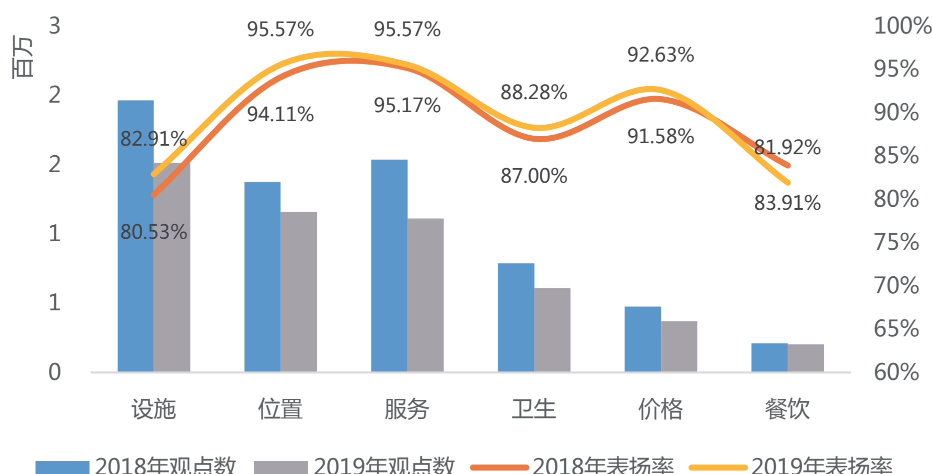


图 34　2018-2019 年非标准住宿酒店六大维度观点数及表扬率

从关注度 TOP5 细分维度来看，非标住宿消费者对酒店关注维度没有太明显的变化。舒适的客房环境、便利的交通、干净的设备等依然为非标住宿消费者的基本住宿需求。2019 年，消费者关注度 TOP5 细分维度的关注度均有所下降，同时更多个性化的服务项目观点数有所上涨，例如房间送餐服务、Lounge 等。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 5 2019 年经济型酒店细分维度关注度 TOP5 及表扬率

细分维度	2019 年观点数	2019 年表扬率	观点数变化	表扬率变化
房间环境及装饰	38.51 万	89.11%	-18.90%	3.47%
周边环境	33.68 万	95.51%	-14.94%	1.47%
客房卫生	27.60 万	90.73%	-20.41%	1.20%
交通	26.29 万	97.51%	-10.75%	0.95%
床品	14.04 万	85.75%	-11.06%	3.52%

5. 非标住宿酒店消费者对大堂卫生、手机信号改善提出了改善要求

通过对非标住宿酒店点评内容的分析，大堂卫生的观点变化幅度最大，增长了 97.44%。此外，消费者提及次数明显增多的 TOP10 细分维度主要集中在餐饮、停车场。

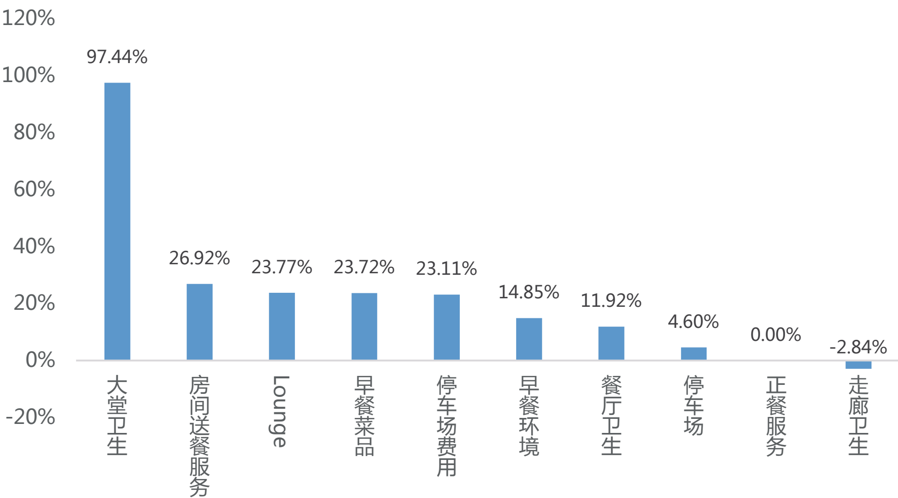


图 35 2019 年非标准住宿酒店观点数上升 TOP10 细分维度

从表扬率变化情况来看，手机信号表扬率下降 23.35%，下降幅度最高。 随着移动互联网的发展，人们日益依赖手机获取各方面的信息，手机信号间接影响消费者的上网体验，从而引发消费者的槽点。由于高楼层、用户集中等特征，酒店确

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

实容易出现接收信号困难的问题。为改善这个问题，除依赖传统信号放大器硬件设备外，提供畅通的 wifi 覆盖也是间接缓解客户对手机信号的关注和吐槽。

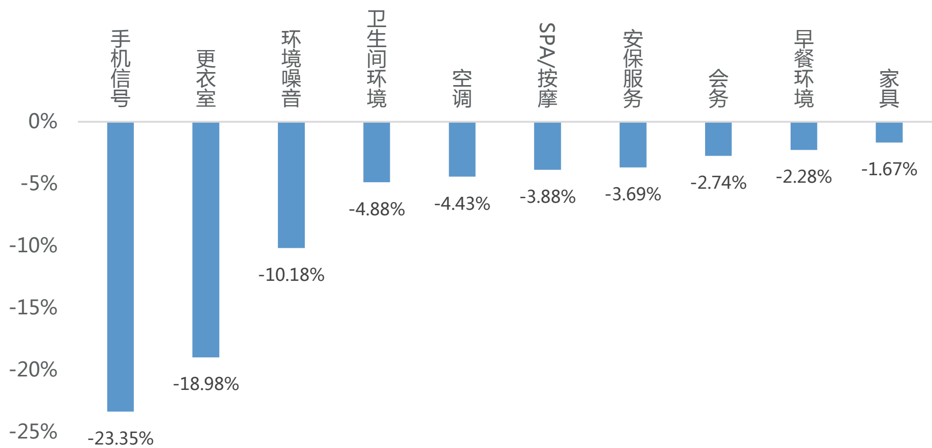


图 36　2019 年非标准住宿酒店表扬率上升 BOTTOM10 细分维度

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

九、住宿业高质量发展建议

1、总结

2019 年线上住宿业表现整体进入稳定发展的阶段，酒店管理者对于网络口碑的重视及努力得到了消费者的认可，酒店六大维度的表扬率较 2018 年有明显的上升。然而，消费水平、消费观念日益改变，消费者对酒店的需求也在发生改变，消费群体对价格的敏感度下降，而更加期待出行的体验，同时餐饮的关注明显上升，有无早餐、餐厅服务等成为消费者选取酒店的必备属性。此外，在酒店供需持续增长的情况下，酒店的线上点评量持续减少。日益同质化的产品和服务对消费者住后点评的刺激作用降低。如何刺激消费者的分享入住体验，是现在酒店口碑管理所面临的新问题。

豪华型酒店点评量发展趋势与整体酒店点评变化趋势基本一致，2019 年依然延续 2018 年的下滑趋势。而与其他类型酒店相比，豪华型酒店的消费群体仍是最热衷于分享住后点评体验的群体，其中，家庭亲子类型客户对酒店点评量贡献率最高，但是家庭亲子型客户的整体表扬率低于其他类型客户，并且表扬率提升水平最低。家庭亲子类型客户对酒店服务水平、产品质量等要求较高，酒店可推出更多切合亲子型客户的服务项目从而满足客户体验。

高端型酒店点评量相对较平稳，较 2018 年上升 0.80%，占整体酒店点评量的 17.50%，略高于去年同期。商务出差和家庭亲子型消费群体为高端型酒店网络点评的主要来源，但这两类型客户比出游型消费者的服务要求较高，整体表扬率相对较低。高端型酒店在服务水平和产品质量上具有天然优势，酒店经营者可针对商务、家庭亲子客户开发个性化项目以满足其住宿需求，从而提升其住宿体验。

中端型酒店近 3 年点评量逐年上涨。一方面，消费升级带动中端酒店需求热度，另一方面，中端酒店日益重视品牌化经营，从而酒店经营者在网络口碑管理方面投入更多精力。2019 年，中端型酒店六大服务维度的满意度均有所上升；其中，商务

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

出差型消费者是中端型酒店线上点评的主要来源，并且给予了中端型酒店服务较高的认可。中端型酒店的设施表扬率最低，酒店经营者应该加强完善配套设施及服务，提升消费者的体验。

经济型酒店点评量从 2016 年开始相对较平稳，2019 年点评量有小幅下降。酒店运营者需要有意识地对消费者进行住后点评引导。然而，在成本受限的情况下，经济型酒店在设备、服务方面无法与高端酒店竞争。为引导消费者点评，酒店管理者还需重视服务创新，打造酒店独特项目。相较于 2018 年，2019 年各类型客户地表扬率均有所下降，随着消费的普遍升级，“安全、卫生、舒适”的基本住宿环境已经无法满足消费者需求，各出行目的消费者对经济型酒店提出更高品质的服务诉求。

非标准住宿酒店点评量近 3 年逐年下降，其降幅高于行业整体水平。相较于其他类型酒店，非标准住宿酒店依托互联网而生，更加依赖消费者口碑。而作为个性化和差异化产品服务的住宿业态，非标准住宿酒店在获取酒店点评上具有天然优势，酒店运营者还需通过线上线下的策略引导住客的住后分享。2019 年，酒店餐饮表扬率同比下降，酒店经营者还需加大对菜品品质、餐饮服务等方面的投入，而当地特色饮食、实地采摘等服务项目可为消费者提供不一样的体验。

2. 建议

1. 人文关怀，营造服务惊喜点

目前，酒店普遍具有“干净、卫生的住宿环境”等满足消费者基本需求的属性，然而，日益同质化的产品和服务已经无法激起消费者的点评意愿。酒店必须创造出能给消费者物超所值感受的产品或服务。将 “想客人所想”的人文关怀应用到极致将是获得消费者好感的途径之一。例如，酒店客房里是圆桌角，并尽量避免玻璃器皿，这就是为顾客的安全着想，尤其是小孩子；马桶旁边的呼救器，由于老年人多发疾病，尤其在上厕所时发生危险，酒店专门为老年人设计的呼救器，从而将危险降到最低。

2. 全员管理，提高产品、服务质量

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

产品或服务的质量高低决定酒店的入住体验。2019 年，各星级酒店的设施维度表扬率均最低，全面改善设施质量、保证设施正常运行是酒店运营中的难题之一。诚然，酒店工程部承担了酒店动力区域所有设备的运行管理职能，但酒店运营区域、公共区域还有大量的设施设备。要保证酒店设施设备的安全有效运行，需要酒店全员参与管理。酒店工程部来讲，要做好酒店设施设备系统运行全过程的组织。充分发挥计算机网络在酒店设施设备管理中的作用，工程值班中也远程监管与人员动态巡检相结合，创造最佳舒适度的对客服务环境；酒店各部门员工要掌握所在区域设施设备的正确使用方法，主动接受工程部门的技术指导，具有发现故障的初步能力，按科学合理的制度及计划检查设施设备运行状态、效果，对故障设备及时报修，注意保管好设备脱落、损坏的零配件，便于工程维修人员准确判断故障并及时维修。

3．摆正心态，加强负面口碑管理

网络评价的开放性给住宿业消费者提供更多表达意见的空间。对于表扬性观点，酒店可通过回复点评加强与客户的互动，提升客户的忠诚度。对于批评性点评，通常负面点评的传播速度和影响范围远超过表扬观点。酒店应合理摆正心态，正确衡量其对酒店的影响，并对负面点评进行时效管理。一方面从消费者的投诉酒店可以及时发现并修正产品或服务的失误并获取创新的信息。另一方面，通过“积极的安抚 + 主动解决问题”的及时回复使酒店被动变主动。

4．科技应用，迈步智能酒店

信息科技是不断助推我国酒店智能化发展的核心力量，科技创新将为酒店未来的发展带来新的机遇，也将推进酒店行业产品的优化升级。智能化的服务模式正在改变人们的出行方式以及旅游理念。在智慧酒店个性化服务模式之下，消费者可以根据自己的消费习惯选择定制酒店服务，通过智能化系统获得最优的入住体验。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

附录一：各省份及其省会城市点评量及慧评得分

表 1：2019 年各省份及各省会城市点评量及慧评分

省份	点评量	慧评得分
广东	4462909	84.38 ↑
江苏	2667773	84.81 ↑
浙江	2596704	85.50 ↑
上海	2074454	84.23 ↑
山东	2066402	86.03 ↑
四川	2059224	85.88 ↑
北京	2017685	82.84 ↑
湖北	1360876	86.48 ↑
陕西	1284639	86.26 ↑
广西	1217026	86.63 ↑
福建	1177238	85.04 ↑
湖南	1163578	86.17 ↑
河南	1096800	86.33 ↑
云南	1072572	88.05 ↑
安徽	911289	86.01 ↑
河北	900551	85.96 ↑
重庆	863882	86.43 ↑
海南	859590	86.71 ↑
辽宁	786632	86.34 ↑
江西	783196	85.20 ↑
山西	580099	86.41 ↑
贵州	522648	84.25 ↑
天津	520486	84.63 ↑
黑龙江	449360	86.64 ↑
香港	380802	84.81 ↑
甘肃	380157	84.95 ↑
新疆	376105	84.19 ↑
内蒙古	324219	85.40 ↑
吉林	300099	86.56 ↑
澳门	173309	88.96 ↑
青海	144159	85.48 ↑
宁夏	99585	85.73 ↑
西藏	97503	84.99 ↑
台湾	62269	84.46 ↓

城市	点评量	慧评得分
广州	1508107	83.97 ↑
成都	1358719	86.21 ↑
杭州	1229501	85.30 ↑
西安	1005754	86.92 ↑
武汉	848677	86.44 ↑
南京	754512	83.08 ↑
长沙	625143	86.06 ↑
郑州	462571	86.75 ↑
济南	431265	85.26 ↑
昆明	430842	85.76 ↑
南宁	404082	85.80 ↑
哈尔滨	353963	87.14 ↑
南昌	334065	85.65 ↑
合肥	317767	85.78 ↑
沈阳	315275	87.30 ↑
贵阳	275084	84.28 ↑
福州	270162	82.26 ↑
太原	250158	86.61 ↑
石家庄	223473	86.06 ↑
海口	213694	84.73 ↑
乌鲁木齐	200386	83.45 ↑
长春	198021	86.88 ↑
兰州	179931	83.06 ↑
呼和浩特	123455	85.80 ↑
西宁	122181	86.03 ↑
拉萨	76809	85.25 ↑
银川	72077	85.61 ↑
台北	32545	84.27 ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

附录二：顾客对不同等级酒店在重点服务上的评价观点和表扬率

表 2：2019 年各省份及各省会城市豪华型酒店餐厅菜品维度观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	52359	86.20% ↑
江苏	50804	87.59% ↑
浙江	40957	85.75% ↑
海南	39650	85.19% ↑
上海	36646	85.94% ↑
福建	34505	91.35% ↑
北京	28897	84.01% ↑
四川	21528	88.68% ↑
山东	17765	88.13% ↑
湖北	15368	86.93% ↑
云南	12138	90.53% ↑
陕西	11560	91.18% ↑
广西	10943	92.32% ↑
天津	9134	83.90% ↑
安徽	8703	87.56% ↑
湖南	8687	89.26% ↑
辽宁	8414	86.36% ↑
河北	8279	88.54% ↑
重庆	6459	87.01% ↑
江西	6049	88.73% ↑
河南	5819	91.63% ↑
山西	4578	91.07% ↓
内蒙古	4420	94.37% ↑
香港	4374	86.65% ↑
黑龙江	4268	91.03% ↑
澳门	3678	85.24% ↓
贵州	2984	86.83% ↑
吉林	2740	90.44% ↓
新疆	1844	88.77% ↓
台湾	1339	86.63% ↑
甘肃	1203	86.70% ↑
宁夏	733	93.18% ↑
西藏	640	87.34% ↑
青海	585	91.11% ↑

城市	观点数	表扬率
杭州	18864	86.50% ↑
成都	18734	88.71% ↑
广州	15770	86.38% ↑
南京	13303	86.64% ↑
武汉	13006	87.13% ↑
福州	11797	90.71% ↑
西安	11091	91.43% ↑
长沙	5825	90.51% ↑
沈阳	4292	88.21% ↑
哈尔滨	3950	91.27% ↑
南昌	3851	89.82% ↑
太原	3260	92.02% ↓
海口	3258	88.52% ↑
昆明	3223	87.96% ↑
合肥	3061	86.67% ↑
呼和浩特	2890	96.75% ↑
南宁	2798	91.17% ↓
济南	2408	91.69% ↑
郑州	2380	90.71% ↑
长春	1937	93.75% ↓
石家庄	1415	94.20% ↑
贵阳	1247	87.25% ↑
乌鲁木齐	1049	87.04% ↓
兰州	868	84.10% ↑
台北	708	87.71% ↑
银川	690	93.04% ↑
西宁	572	90.91% ↑
拉萨	562	87.54% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 3：2019 年各省份及各省会城市高端型酒店交通维度观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	99279	95.09% ↑
上海	72301	93.81% ↑
江苏	64953	96.29% ↓
浙江	63708	95.81% ↑
四川	63091	96.98% ↑
北京	60711	95.47% ↑
香港	58730	95.16% ↑
山东	37487	97.31% ↑
陕西	34279	97.21% ↑
重庆	32602	96.87% ↑
福建	31865	96.86% ↑
湖南	29737	96.44% ↑
广西	24999	96.70% ↑
云南	24320	96.69% ↑
湖北	22343	96.34% ↑
河南	19354	97.14% ↑
海南	16730	95.56% ↑
辽宁	15176	97.94% ↑
江西	13930	96.58% ↑
安徽	13247	96.89% ↑
贵州	9691	96.26% ↑
澳门	9261	96.13% ↑
河北	9224	96.76% ↑
天津	8780	97.06% ↑
山西	7836	98.28% ↑
黑龙江	7695	97.28% ↑
吉林	5527	97.76% ↑
甘肃	4825	96.70% ↑
新疆	4083	96.30% ↑
台湾	2253	96.18% ↓
内蒙古	2128	96.62% ↑
青海	1947	97.53% ↑
宁夏	1534	97.59% ↑
西藏	1167	96.49% ↑

城市	观点数	表扬率
成都	55220	96.95% ↑
广州	42178	94.30% ↑
杭州	38221	95.22% ↑
西安	31039	97.35% ↑
南京	26508	96.20% ↓
长沙	22347	96.00% ↑
武汉	17951	96.12% ↑
昆明	14348	96.88% ↑
郑州	11949	97.11% ↑
南宁	9791	96.35% ↑
济南	8612	96.55% ↓
福州	8557	97.31% ↑
南昌	7887	97.26% ↑
海口	7858	97.61% ↑
沈阳	7503	97.76% ↑
哈尔滨	7344	97.22% ↑
合肥	6193	96.84% ↑
贵阳	5992	96.98% ↑
长春	4706	97.83% ↑
太原	4574	98.36% ↑
乌鲁木齐	2895	96.86% ↑
石家庄	2834	97.53% ↑
兰州	2582	96.55% ↑
西宁	1827	97.65% ↑
银川	1291	97.91% ↑
拉萨	1084	96.31% ↓
台北	967	95.66% ↓
呼和浩特	913	94.74% ↓

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 4：2019 年各省份及各省会城市中端型酒店房间环境及装饰维度观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	163984	80.46% ↑
浙江	82788	77.26% ↑
江苏	74583	78.79% ↑
四川	67546	82.45% ↑
广西	63884	87.89% ↑
山东	58238	83.74% ↑
湖南	50124	88.24% ↑
上海	48418	62.85% ↓
湖北	47979	85.54% ↑
北京	46537	61.44% ↑
云南	43795	88.70% ↑
河南	42958	88.29% ↑
陕西	37182	80.93% ↑
福建	30511	71.86% ↑
江西	30405	86.85% ↑
重庆	30155	87.45% ↑
河北	28560	85.33% ↑
安徽	23341	82.96% ↑
贵州	21607	82.10% ↑
辽宁	20627	82.51% ↑
香港	19070	41.16% ↑
黑龙江	18012	81.94% ↑
海南	16324	85.86% ↑
天津	15399	80.28% ↑
山西	13416	82.01% ↑
新疆	13258	83.04% ↑
甘肃	11912	74.92% ↑
内蒙古	11819	82.71% ↑
吉林	9369	83.45% ↑
青海	4616	75.89% ↑
西藏	3972	77.04% ↑
宁夏	3448	83.15% ↑
澳门	3405	58.41% ↑
台湾	3365	56.64% ↑

城市	观点数	表扬率
广州	63587	77.13% ↑
成都	46306	82.97% ↑
杭州	36971	71.39% ↑
西安	28037	79.97% ↑
长沙	27855	86.71% ↑
武汉	27062	83.81% ↑
南宁	24361	88.82% ↑
郑州	20959	88.53% ↑
南京	19528	66.67% ↑
昆明	17347	85.09% ↑
哈尔滨	15418	81.89% ↑
南昌	14994	87.77% ↑
沈阳	10232	87.94% ↑
济南	9623	77.98% ↑
贵阳	9594	79.29% ↑
合肥	7049	77.51% ↑
福州	6721	73.47% ↑
长春	6569	85.96% ↑
海口	6487	81.52% ↑
乌鲁木齐	5403	77.83% ↑
石家庄	5108	83.16% ↑
太原	4978	77.44% ↑
兰州	4802	61.54% ↑
呼和浩特	4283	82.58% ↑
西宁	4055	75.73% ↑
拉萨	3487	75.74% ↑
银川	2451	82.95% ↑
台北	1900	42.63% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 5：2019 年各省份及各省会城市经济型酒店客房卫生维度观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	288436	87.41% ↑
山东	157769	89.20% ↑
江苏	149657	84.36% ↑
湖北	142249	93.66% ↑
北京	131824	84.26% ↑
四川	111527	89.74% ↑
浙江	109166	84.43% ↑
上海	93605	82.10% ↓
陕西	88019	90.46% ↑
广西	83903	91.82% ↑
河南	73355	91.19% ↑
湖南	64284	90.61% ↑
重庆	63283	92.16% ↑
福建	59850	85.85% ↑
辽宁	56948	90.82% ↑
河北	54777	89.83% ↑
云南	54605	92.76% ↑
山西	51929	93.77% ↑
安徽	48606	89.35% ↑
江西	47305	87.59% ↑
天津	35356	85.78% ↑
海南	32076	91.27% ↑
黑龙江	31213	92.56% ↑
贵州	30516	88.92% ↑
新疆	25841	89.27% ↑
甘肃	25595	89.31% ↑
内蒙古	23490	92.72% ↑
吉林	21401	93.02% ↑
青海	10759	90.29% ↑
宁夏	5730	89.86% ↑
西藏	3711	84.24% ↑
香港	1266	67.61% ↓
台湾	747	88.89% ↑
澳门	337	74.18% ↑

城市	观点数	表扬率
广州	107595	87.11% ↑
武汉	88440	92.50% ↑
成都	71580	89.14% ↑
西安	69431	90.30% ↑
杭州	58093	82.69% ↑
南京	48387	82.65% ↓
济南	36062	88.04% ↑
长沙	33466	89.37% ↑
郑州	29288	90.80% ↑
南宁	28016	90.88% ↑
太原	24478	93.40% ↑
哈尔滨	24375	92.46% ↑
南昌	23694	87.66% ↓
昆明	22938	90.24% ↑
沈阳	20567	89.95% ↓
贵阳	20080	89.87% ↑
合肥	18562	88.59% ↑
乌鲁木齐	15557	88.28% ↑
长春	15426	93.39% ↑
石家庄	14391	88.39% ↑
兰州	12737	87.20% ↑
福州	12694	78.08% ↑
海口	10698	89.38% ↑
呼和浩特	10658	94.20% ↑
西宁	9168	90.64% ↑
银川	3977	89.82% ↑
拉萨	2568	82.79% ↓
台北	291	84.88% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 6：2019 年各省份及各省会城市非标准住宿酒店床品维度观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	31753	82.86% ↑
云南	23804	94.44% ↓
四川	9031	85.89% ↑
山东	7966	83.89% ↑
湖南	6552	87.61% ↑
浙江	6187	80.96% ↑
福建	5564	89.77% ↑
江苏	5207	75.99% ↑
海南	5110	88.45% ↑
重庆	4807	88.72% ↑
辽宁	4638	87.54% ↑
广西	4212	82.34% ↑
陕西	3478	87.41% ↑
北京	2914	72.72% ↑
上海	2783	80.70% ↑
山西	2645	86.99% ↑
江西	2126	89.09% ↑
河北	2019	77.81%
安徽	1761	88.47% ↓
湖北	1319	84.69% ↑
天津	1291	78.70% ↑
河南	1172	84.22% ↑
贵州	1109	82.24% ↑
黑龙江	1109	86.74% ↑
甘肃	477	85.32% ↓
西藏	333	75.08% ↓
吉林	332	76.81% ↓
宁夏	171	78.95% ↑
青海	156	85.26% ↑
内蒙古	148	73.65% ↓
香港	118	57.63% ↑
新疆	77	83.12% ↓
台湾	69	55.07% ↓

城市	观点数	表扬率
广州	15721	83.25% ↑
成都	8139	86.69% ↑
西安	2896	87.15% ↑
长沙	2769	84.29% ↑
杭州	2490	75.98% ↑
南京	1607	71.56% ↑
南昌	1570	89.49% ↑
沈阳	1412	86.61% ↑
武汉	1175	86.55% ↑
哈尔滨	940	88.09% ↑
济南	717	71.97% ↑
昆明	630	77.94% ↑
太原	429	81.12% ↑
海口	364	71.98% ↑
石家庄	349	77.36% ↑
郑州	306	76.80% ↑
拉萨	297	74.07% ↓
贵阳	255	76.08% ↑
南宁	235	57.45% ↑
福州	172	62.21% ↑
银川	167	78.44% ↑
西宁	147	87.07% ↑
长春	144	56.94% ↑
合肥	62	54.84% ↓
台北	59	49.15% ↓
兰州	55	60.00% ↓
呼和浩特	39	53.85% ↑
乌鲁木齐	17	88.24% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

附录三：各省份及省会城市不同出行目的的评价观点和表扬率

表 7：2019 年各省份及省会城市商务出差观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	3038012	90.19% ↓
江苏	1721314	90.78% ↓
浙江	1542503	89.97% ↓
山东	1450579	92.05% ↑
北京	1419934	87.27% ↓
上海	1384063	87.49% ↓
湖北	1214740	93.92% ↑
四川	1176562	91.60% ↓
福建	735432	90.04% ↑
湖南	718498	92.58% ↑
河南	701015	91.56% ↑
广西	676328	92.68% ↓
陕西	650210	92.07% ↑
安徽	590233	91.46% ↑
河北	564212	91.22% ↓
重庆	529133	92.16% ↑
江西	516430	91.24% ↑
辽宁	483256	91.26% ↑
云南	387023	91.75% ↓
天津	312767	89.54% ↓
山西	300014	91.16% ↓
贵州	291520	89.82% ↑
海南	277100	91.90% ↑
吉林	238840	93.04% ↑
黑龙江	231018	92.52% ↑
甘肃	218071	90.30% ↑
新疆	214465	90.39% ↓
内蒙古	189696	90.82% ↑
香港	174808	85.59% ↑
青海	84458	91.64% ↓
宁夏	74485	91.24% ↓
澳门	54551	88.82% ↓
西藏	36671	90.73% ↑
台湾	18416	87.03% ↓

城市	观点数	表扬率
广州	1108914	89.88% ↓
成都	758113	91.78% ↑
武汉	688740	92.90% ↑
杭州	647683	89.53% ↓
西安	488153	92.54% ↑
南京	470605	89.54% ↓
长沙	411600	92.68% ↑
郑州	335300	91.96% ↑
济南	282062	90.14% ↓
南宁	266166	92.07% ↓
合肥	247628	91.69% ↑
南昌	238973	91.79% ↑
昆明	219071	90.86% ↓
沈阳	203594	91.68% ↑
福州	196402	88.50% ↑
哈尔滨	180542	92.98% ↑
长春	178929	93.36% ↑
贵阳	173133	90.27% ↑
石家庄	156937	90.75% ↓
太原	151172	91.16% ↓
海口	122893	91.44% ↑
乌鲁木齐	110233	89.35% ↓
兰州	106853	88.77% ↑
西宁	74137	91.91% ↓
呼和浩特	65006	90.81% ↑
银川	56776	91.29% ↓
拉萨	28447	90.86% ↑
台北	11060	86.49% ↓

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 8：2019 年各省份及省会城市家庭亲子观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	1775053	85.54% ↑
浙江	1656005	87.52% ↓
江苏	1612032	87.93% ↓
山东	991298	88.54% ↑
上海	980117	87.51% ↑
四川	942000	88.61% ↓
海南	924467	87.62% ↑
北京	918513	85.68% ↑
云南	877719	90.78% ↓
福建	725667	87.97% ↓
广西	685307	89.23% ↑
陕西	669012	89.45% ↑
河北	488999	86.91% ↑
湖南	478649	89.81% ↑
湖北	456245	89.15% ↑
安徽	449405	89.82% ↑
辽宁	372803	87.30% ↑
重庆	363470	89.11% ↑
河南	329238	89.52% ↑
贵州	266191	85.44% ↑
江西	264334	87.26% ↑
山西	250027	89.08% ↓
香港	236452	84.95% ↑
天津	222233	85.71% ↓
甘肃	196297	87.12% ↑
黑龙江	191315	88.97% ↑
内蒙古	135573	86.10% ↑
新疆	125821	85.71% ↑
吉林	124729	89.67% ↑
澳门	112509	88.04% ↓
青海	76039	83.95% ↑
台湾	68403	86.22% ↓
宁夏	49506	87.33% ↓
西藏	28241	87.86% ↑

城市	观点数	表扬率
杭州	772025	87.47% ↓
广州	602452	86.80% ↓
成都	582533	89.42% ↑
西安	543275	89.70% ↑
南京	415983	86.81% ↓
武汉	247067	89.29% ↓
长沙	231958	89.94% ↑
昆明	212474	88.06% ↑
济南	184032	88.81% ↓
哈尔滨	153375	89.38% ↑
南宁	113392	90.40% ↓
沈阳	104705	89.34% ↑
福州	102457	85.95% ↑
郑州	101397	89.86% ↑
贵阳	98479	85.30% ↑
海口	92088	87.80% ↑
合肥	82524	89.84% ↑
南昌	79896	87.98% ↑
太原	72421	89.79% ↑
长春	65857	91.47% ↑
兰州	62532	84.21% ↑
西宁	58206	84.78% ↑
石家庄	50120	89.78% ↑
乌鲁木齐	46636	85.88% ↑
银川	30899	87.29% ↓
台北	26208	84.62% ↓
呼和浩特	26106	88.28% ↑
拉萨	19939	88.03% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 9：2019 年各省份及省会城市情侣出游观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	1078842	88.65% ↓
浙江	586617	88.64% ↓
江苏	564307	88.19% ↓
四川	501809	89.96% ↑
云南	482376	93.16% ↓
山东	430010	89.91% ↓
上海	401405	87.58% ↓
北京	360396	86.86% ↓
湖北	357186	93.16% ↑
广西	347549	91.18% ↓
福建	326602	89.17% ↓
海南	306664	89.80% ↑
陕西	300538	90.43% ↑
湖南	289390	91.04% ↓
重庆	259574	91.32% ↑
河北	207296	89.12% ↓
安徽	204264	90.20% ↓
辽宁	198341	90.45% ↓
河南	192087	89.90% ↑
江西	171769	89.06% ↑
贵州	127009	88.46% ↑
山西	124014	90.65% ↓
天津	117528	87.62% ↓
黑龙江	116116	91.26% ↑
甘肃	89932	87.58% ↓
吉林	87832	91.54% ↑
新疆	80982	88.59% ↑
香港	69132	83.38% ↓
内蒙古	56809	89.17% ↑
澳门	39496	88.27% ↓
青海	37544	88.43% ↑
西藏	29338	87.37% ↑
宁夏	21104	88.93% ↓
台湾	16890	86.69% ↑

城市	观点数	表扬率
广州	396577	89.00% ↓
成都	334248	90.29% ↑
杭州	275492	87.90% ↓
西安	239369	90.71% ↑
武汉	230247	92.76% ↓
南京	165948	85.85% ↓
长沙	152133	90.63% ↑
昆明	99685	89.60% ↓
南宁	97324	91.23% ↓
哈尔滨	91736	91.21% ↑
济南	84554	87.66% ↓
郑州	80129	89.90% ↑
南昌	74250	89.33% ↓
沈阳	72596	91.93% ↓
贵阳	62878	88.16% ↑
长春	59134	92.47% ↑
合肥	58316	89.13% ↑
福州	53100	85.56% ↑
太原	51004	90.87% ↑
石家庄	43918	88.32% ↓
海口	42189	89.30% ↑
乌鲁木齐	38451	89.76% ↑
兰州	38099	85.02% ↑
西宁	30065	89.49% ↑
拉萨	21510	86.98% ↑
呼和浩特	17862	90.10% ↑
银川	15377	89.00% ↓
台北	6840	85.19% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 10：2019 年各省份及省会城市朋友出游观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	895119	91.49% ↑
浙江	707504	91.08% ↓
江苏	608941	90.93% ↓
四川	541901	92.70% ↓
云南	526987	94.96% ↓
上海	381374	89.74% ↓
湖北	360141	94.66% ↑
山东	356244	92.49% ↑
福建	347749	92.80% ↑
广西	315067	93.22% ↑
北京	299720	89.63% ↓
湖南	294045	93.28% ↓
陕西	292735	92.73% ↑
重庆	279255	93.93% ↑
安徽	243844	93.39% ↓
海南	239716	92.44% ↑
河南	170702	93.18% ↑
河北	162125	91.96% ↓
江西	159582	91.88% ↓
辽宁	150814	92.15% ↓
贵州	146395	91.61% ↑
山西	119831	92.87% ↑
新疆	107796	88.76% ↓
甘肃	107162	90.20% ↓
香港	105156	85.73% ↑
黑龙江	100796	92.33% ↑
天津	87663	90.17% ↓
澳门	70316	89.84% ↓
吉林	66071	93.47% ↑
内蒙古	64195	89.95% ↓
青海	52486	89.48% ↑
西藏	50087	90.29% ↑
宁夏	22828	91.56% ↓
台湾	22491	87.26% ↓

城市	观点数	表扬率
成都	359255	93.28% ↑
广州	312551	92.01% ↓
杭州	298691	90.15% ↓
西安	232499	92.86% ↑
武汉	208239	94.49% ↓
南京	163596	88.89% ↓
长沙	146144	92.76% ↓
昆明	96014	92.38% ↓
哈尔滨	80725	92.77% ↑
郑州	70279	93.98% ↑
贵阳	63191	91.60% ↑
济南	62511	91.34% ↓
南宁	61366	93.58% ↓
南昌	53279	92.98% ↓
沈阳	49981	93.24% ↓
合肥	45309	93.56%
福州	44596	89.74% ↑
西宁	40909	90.24% ↑
长春	38692	94.88% ↑
太原	38632	93.43% ↑
海口	38515	92.27% ↑
乌鲁木齐	36689	88.81% ↑
拉萨	35835	90.78% ↑
兰州	31048	87.62% ↓ ↑
石家庄	22712	92.30% ↓
银川	15451	91.59% ↓
呼和浩特	13986	92.24% ↓
台北	9323	84.99% ↓

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 11：2019 年各省份及省会城市独自出游观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	751454	89.10% ↓
江苏	394406	88.47% ↓
浙江	392318	88.95% ↑
四川	373113	90.55% ↑
上海	318471	86.30% ↓
湖北	291217	93.19% ↑
北京	276808	84.92% ↓
山东	274043	89.69% ↑
云南	269000	93.41% ↓
福建	255723	90.45% ↑
陕西	236459	90.65% ↑
广西	232411	91.33% ↓
湖南	227216	91.53% ↓
重庆	179202	91.84% ↑
安徽	149827	90.71% ↑
海南	139297	90.52% ↑
河南	137863	89.84% ↑
江西	132356	89.00% ↑
河北	117224	89.53% ↓
辽宁	114552	89.86% ↑
贵州	93949	89.02% ↑
山西	81875	90.71% ↑
甘肃	69574	88.04% ↑
黑龙江	67825	89.99% ↑
天津	66771	86.73% ↓
新疆	60120	87.51% ↑
香港	58474	83.49% ↑
吉林	48570	90.80% ↑
西藏	40180	88.67% ↑
内蒙古	38648	89.90% ↑
澳门	31355	87.08% ↓
青海	29307	89.50% ↓
台湾	23149	85.66% ↓
宁夏	19528	90.33% ↓

城市	观点数	表扬率
广州	274631	89.45% ↓
成都	258881	90.83% ↑
杭州	194154	87.88% ↑
武汉	185364	92.86% ↑
西安	185211	90.98% ↑
南京	125058	86.48% ↓
长沙	121581	91.12% ↓
昆明	78779	90.20% ↑
南宁	75817	90.96% ↓
郑州	57346	89.71% ↑
南昌	56743	89.93% ↑
济南	55487	87.36% ↑
哈尔滨	53128	89.92% ↓
贵阳	49682	88.73% ↓
福州	47745	86.76% ↑
合肥	43549	89.63%
沈阳	41389	90.02% ↑
海口	35561	89.24% ↑
太原	34655	89.94% ↑
拉萨	34284	89.05% ↑
长春	32512	91.32% ↑
石家庄	30336	88.89% ↓ ↑
兰州	29200	84.96%
乌鲁木齐	29013	86.82% ↑ ↑
西宁	25070	89.79% ↓
银川	15513	91.25% ↑
台北	15353	85.33% ↓
呼和浩特	11918	89.03% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

表 12：2019 年各省份及省会城市团体出游观点数及表扬率

省份	观点数	表扬率
广东	167639	89.43% ↓
四川	61223	89.61% ↓
浙江	56067	88.35% ↓
江苏	55397	88.70% ↑
湖南	51786	90.34% ↓
广西	51728	90.48% ↓
湖北	47390	92.61% ↓
陕西	45479	90.99% ↓
福建	43908	89.08% ↓
山东	41818	89.54% ↓
云南	39307	92.81% ↑
北京	35785	86.38% ↓
上海	32903	87.62% ↓
重庆	32014	90.86% ↑
江西	30160	87.24% ↓
河北	25239	90.04% ↓
河南	25132	89.88% ↓
海南	25080	93.18% ↑
安徽	24844	90.75% ↓
辽宁	22935	91.44% ↑
贵州	17309	88.04% ↓
山西	16706	91.93% ↑
甘肃	14323	88.60% ↑
新疆	11765	86.18% ↓
黑龙江	10905	90.58% ↑
天津	10324	87.19% ↓
吉林	8380	90.98% ↓
内蒙古	7601	89.21% ↑
青海	5121	88.65% ↓
西藏	4167	85.10% ↑
宁夏	3486	88.53% ↓
香港	216	84.72% ↑
澳门	191	92.15% ↑
台湾	13	100.00% ↑

城市	观点数	表扬率
广州	65850	90.17% ↓
成都	38524	90.07% ↓
西安	33112	91.25% ↑
武汉	31164	92.70% ↓
长沙	27883	89.81% ↓
杭州	24856	87.55% ↑
南京	18246	88.18% ↑
南宁	18006	91.51% ↓
南昌	13059	88.52% ↑
昆明	12841	90.61% ↓
郑州	9647	89.87% ↑
济南	8982	88.29% ↓
贵阳	8812	88.36% ↓
沈阳	8566	93.17% ↑
哈尔滨	8001	90.43% ↓
福州	7735	84.71%
太原	7208	92.76% ↑
合肥	6606	88.90% ↑
海口	6504	91.96% ↑
石家庄	6439	89.02% ↓ ↑
兰州	6044	86.81%
长春	4819	92.24% ↑ ↑
乌鲁木齐	4474	85.23% ↑
西宁	4126	88.71% ↓
拉萨	2986	84.70% ↑
银川	2638	90.49% ↓
呼和浩特	2274	88.26% ↓
台北	13	100.00% ↑

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

附件一

中国饭店协会简介

中国饭店协会是由从事饭店和餐饮业经营的企事业单位、有关产业链机构和经营管理人员自愿组成的全国性、行业性社会团体。本会的登记管理机关是民政部，党建领导机关是国务院国资委党委，成立于 1994 年 1 月 14 日。协会贯彻落实科学发展观，以服务为宗旨，以“转型升级、品牌提升”为主要任务。大力培育和打造中国饭店产业发展大会暨中国饭店文化节、中国美食节、中国绿色饭店、中国饭店业职业经理人、全国饭店业职业技能竞赛、国际饭店业博览会、中国外卖节、中国饭店业绿色消费节等品牌活动。近年来，协会先后被民政部评为国家 4A 级行业协会，连续多年获得“中央国家机关文明单位”、“国务院国资委文明单位”等荣誉称号，学习型和创新型组织建设卓有成效。协会构建的重点服务体系是：

政府事务服务

协会积极参与制定行业国家标准、行业标准与行业自律规则。受政府委托组织实施《中国饭店业职业经理人执业资格条件》、《绿色饭店》国家标准，《文化主题饭店经营服务规范》、《商务饭店经营服务规范》等 19 项行业标准，以及《住宿业专项职业技能规范》等 14 项团体标准；协会积极开展“绿色饭店”创建活动，协会研究院每年权威发布《中国酒店连锁发展与投资报告》、《中国餐饮业调查报告》、《中国饭店业网络口碑分析报告》、《中国绿色饭店发展报告》等，受到上市企业欢迎和政府部门的关注。

品牌服务

帮助优秀会员企业境内外上市、申请中国驰名商标、中华老字号等工作，已成为协会日常的工作。目前通过协会的推荐，已有近 30 家企业获得了中国驰名商标，近百家企业获得中华老字号，一些企业在境内外成功上市。

协会主办的中国美食节、中国饭店文化节、国际饭店业大会，已成为我国饭店业规模大、档次高、影响力广、群众参与性强的行业盛会。中国绿色饭店工作委员会、中国饭店协会公寓专业委员会、老字号与非遗专业委员会、团餐专业委员会、火锅专业委员会、名厨专业委员会等成行业最具影响力的交流平台。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com　299520.xyz

培训服务

中国饭店协会教育学院拥有强大的学术资源及专家队伍，与国内外一些著名饭店管理领域、知名国际饭店管理集团建立了长期的合作关系。饭店职业经理人、客房、餐饮、财务、工程、人力资源、市场营销等培训是全国饭店业质量最高的培训活动。协会积极开展专业的技术评估、组织开展全国饭店职业经理人等级评价、全国饭店业服务技能竞赛工作，为饭店业转变发展方式，奠定人力资源基础。

信息服务

拥有广泛的行业信息资源，按月出版《中国饭店业》会员刊物、及时更新协会官方网站（www.chinahotel.org.cn）和官方微信，方便会员单位及时掌握国内外饭店与餐饮业的最新动态。宣传企业经典案例、反映行业诉求、了解国内外热点问题，推动饭店与餐饮企业信息技术应用和特色文化建设。

国际交流服务

协会作为国际饭店与餐馆协会亚太区副主席单位，积极组织开展行业国际交流活动，建立与国外同行的联系，组织会员和企业赴欧、美进行专业学习考察、参观访问。组织饭店和餐饮企业参加国际会展活动，帮助企业扩大国内、国际的交流合作，引进先进的管理经验和技术，开拓国内、国际市场。

社会服务

聚焦三大攻坚战，绿色餐饮、精准扶贫、乡村振兴对标全面建成小康社会做贡献。



扫描关注协会公众号

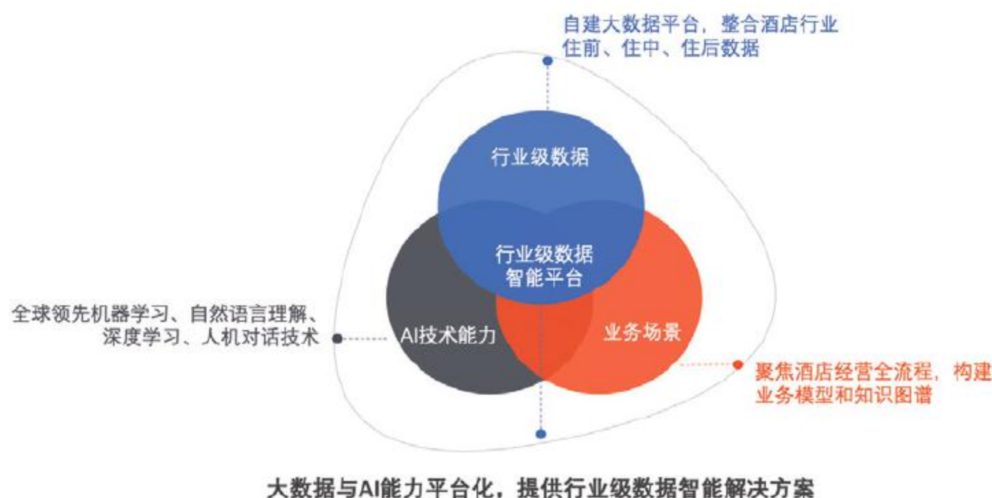
liaohan.net　nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

附件二

北京众荟信息技术股份有限公司简介

众荟信息成立于 2012 年，专注于酒店领域数据科技和人工智能技术创新，为酒店经营提供数字化解决方案，从运营、营销、住中服务等全流程帮助酒店实现以数据为驱动的智能化转型，最大程度为酒店降本提效、增加利润，让酒店经营在数据智能的赋能下变得更轻松、更简单。



大数据与AI能力平台化，提供行业级数据智能解决方案



扫　描　关　注
众荟最新动态

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

如果对此报告有任何意见或建议，请随时联系：



地址：北京市西城区车公庄大街9号五栋大楼A2座601
电话：010–88365873
网址：www.chinahotel.org.cn
邮箱：41629460@qq.com



北京众荟信息技术股份有限公司
地址：北京市海淀区花园路塔院志新村2号飞利信大厦A座4层
电话(T): +8610 8224 7310
传真(F): +8610 5784 2889
网址：www.jointwisdom.cn
邮箱：scbgyyx@jointwisdom.cn



扫描关注中国饭店协会公众号，了解更多信息

liaohan.net nblax520.com